***Introduction du chapitre 6***

Dans ce chapitre, nous présentons notre questionnaire dédié aux entrepreneurs accompagnés par l’ANSEJ où nous allons explorer les perceptions des entrepreneurs sur leur expérience de création d’entreprises, les obstacles qui ont encourus et leurs attentes du dispositif ANSEJ grâce aux données recueillies à partir d’un questionnaire administré aux entrepreneurs durant la période novembre 2014 – Mars 2015.

L’objectif de cette présente recherche empirique est d’étudier de près l’effet de l’appui et d’accompagnement offerts par l’ANSEJ sur le développement du profil des entrepreneurs et sur le développement des entreprises créées dans ce cadre. Pour y parvenir, cette étude cherche à analyser la qualité des services d’appui et d’accompagnement avant et après la création de l’entreprise et par le fait même, à évaluer l’impact de ces différentes aides sur le développement entrepreneurial.

De plus, l’un des autres objectifs de cette étude empirique est de déterminer les caractéristiques des entreprises créées dans le cadre du dispositif ANSEJ, ensuite, définir le profil et les compétences des entrepreneurs accompagnés par l’ANSEJ et enfin, déterminer les motivations à la création d’entreprise pour ces entrepreneurs et quelles difficultés ont affrontées.

Pour atteindre ces objectifs, nous présenterons respectivement dans les sections qui suivent, la méthodologie et le déroulement de l’enquête, le traitement et l’analyse des données et enfin, nous terminerons par l'interprétation et les discussions des résultats obtenus.

***Section 1 : Méthodologie de l’étude empirique auprès des entrepreneurs accompagnés par l’ANSEJ***

La présente section porte sur la méthodologie employée pour cette étude empirique, la constitution de l’échantillon et le choix des techniques de collecte des données. Ainsi, cette section sera consacrée à l’opérationnalité des concepts clés pour mesurer la qualité des services d’appui et d’accompagnement au niveau de l’A NSEJ et leur impact sur le développement du profil des entrepreneurs et des leurs entreprises.

1. ***Objectif de l’étude :***

Dans cette étude, nous avons procédé à une enquête sur terrain à partir d’un échantillon d’entrepreneurs. L’objectif principal consiste à éclairer certains angles de la question du rôle des mécanismes d’appui et d’accompagnement dans le développement entrepreneuriale. En effet, nous cherchons à étudier de près comment les entrepreneurs évaluent la qualité des services d’appui et d’accompagnement qui leur ont été accordés au sein de l’ANSEJ et comment ils perçoivent l’impact et l’effet de ces services sur le développement de leur profil et de l’entreprise créée.

Dans le même ordre d’idées, nous cherchons à identifier les caractéristiques des entreprises créées dans le cadre du dispositif ANSEJ, également, le profil, les compétences et les motivations des entrepreneurs sollicitant l’appui de l’ANSEJ. Enfin, nous examinerons les difficultés qui ont entravé le cheminement des entrepreneurs et leurs attentes aujourd’hui des structures d’appui et d’accompagnement à l’entrepreneuriat.

1. ***Les difficultés de la recherche :***

Nous pouvons dire que nous avons rencontré constamment plusieurs difficultés tout au long de la collecte des données. Il s’agit des difficultés d’accéder aux entrepreneurs qui ont créé leurs entreprises dans le cadre de l’ANSEJ, de leur disponibilité et de leur volonté de répondre à notre questionnaire.

Nous avons au début pris une liste de coordonnées des entrepreneurs à partir de l’antenne ANSEJ Alger Est. Malgré ces entrepreneurs ont accepté de répondre à notre questionnaire via internet (nous avons créé une page pour y parvenir à partir de Google docs) après des appels téléphoniques et l’échanges des mails pour leur expliqué l’objet et l’objectif de ce questionnaire. Cependant, le taux des réponses était trop faible.

Ceci nous a conduits dans une deuxième étape à s’adresser à un bureau d’étude pour leur confier la collecte des données à notre compte. Bien que cette démarche nous a permis d’améliorer le contenu du questionnaire mais nous a pris beaucoup de temps sans avoir eu une suite.

Vue ces difficultés, nous avons décidé de compter sur nos relations personnelles pour collecter les données et contacter les entrepreneurs. Ainsi, quatre personnes de nos connaissances ont été recrutées comme étant des enquêteurs pour s’adresser aux entrepreneurs et s’assurer de répondre d’une façon complète au questionnaire. Enfin, après quelques mois (5 mois), nous avons pu atteindre un nombre satisfaisant de répondants.

1. ***Les hypothèses opérationnelles de l’étude empirique auprès des entrepreneurs :***

En se basant sur les données empiriques, nous avons formulés plusieurs hypothèses qui vont faire l’objet de validation et de confirmation ou d’infirmation. Ces hypothèses mettent en exergue la satisfaction des entrepreneurs envers les services d’appui et d’accompagnement de l’ANSEJ, la qualité des services d’appui et d’accompagnement, leur impact sur le profil des entrepreneurs et des entreprises créées, et les motivations des entrepreneurs à la création d’entreprise.

Ainsi, les hypothèses proposées sont comme suit :

**H1** : les motivations à la création d’entreprise des entrepreneurs accompagnés par l’ANSEJ sont plutôt négatives que positives.

**H2** : l’appui et l’accompagnement proposés par l’ANSEJ n’ont pas eu un impact important sur le développement du profil de l’entrepreneur.

**H3** : l’appui et l’accompagnement proposés par l’ANSEJ n’ont pas eu un impact important sur le développement de l’entreprise créée.

**H4** : les entrepreneurs ne sont pas satisfaits de l’appui et de l’accompagnement qui l’ont été accordés par l’ANSEJ.

**H5** : la qualité des services offerts par l’ANSEJ avant la création de l’entreprise est qualifiée de très bonne par les entrepreneurs.

**H6** : la qualité des services offerts par l’ANSEJ après la création de l’entreprise est qualifiée de très bonne par les entrepreneurs.

1. ***Choix de l’approche méthodologique***

La démarche retenue pour pouvoir mettre à l’épreuve nos hypothèses et atteindre nos objectifs est basée sur une recherche de terrain. Il s’agit plus précisément d’une recherche empirique réalisée auprès des entrepreneurs accompagnés par l’ANSEJ. Nous rappelons d’emblée que ce travail s’inscrit dans une démarche exploratoire, qui ambitionne de développer des axes de réflexions pouvant émerger de l’observation du terrain. (Avenier M.J, 1989)[[1]](#footnote-2).

Cette démarche est basée sur une analyse de données collectées à partir d’un questionnaire destinés aux entrepreneurs accompagnés par l’ANSEJ dont le thème porte sur l’impact des services d’appui et d’accompagnement sur le développement du profil des entrepreneurs et des entreprises créées. Au fait, dans la plupart des recherches, pour analyser les problèmes d’impact, d’efficacité ou d’efficience, nous faisons recours à des questionnaires pour bien présenter les indicateurs cibles et évaluer le but de la recherche[[2]](#footnote-3).

La nature des construits et des variables à étudier requière le recours à une méthodologie quantitative. Ainsi, l’analyse des perceptions et des évaluations de ces entrepreneurs en relation avec les services d’appui et d’accompagnement offerts par l’ANSEJ nous permettra de juger des arguments avancés sur le rôle des mécanismes d’appui et d’accompagnement dans le développement entrepreneurial.

Le choix de cette méthode est motivé par la volonté de comprendre les différents facteurs liés à l’appui proposés par l’ANSEJ et l’engagement des promoteurs dans la voie entrepreneuriale. Nous estimons que cela passe par l’accès à l’individu concerné : l’entrepreneur accompagné par l’ANSEJ. Cet entrepreneur est capable de relater et évaluer les différentes étapes et démarches qu’il a dû traverser pour créer son entreprise dans le cadre du dispositif ANSEJ.

1. ***Sources d’information***

Notre travail se fonde sur le recueil d’information auprès des personnes concernées (les entrepreneurs accompagnés par l’ANSEJ). Il s’agit de faire exprimer leur degré de satisfaction vis-à-vis l’appui et l’accompagnement accordés par l’ANSEJ, leur évaluation de la qualité des services de cette dernière et leurs appréciations sur l’impact de ces services sur leur carrière et leurs entreprises. D’un autre côté, il s’agit de détecter les caractéristiques des entreprises créées par ces entrepreneurs, leur profil, leurs motivations et leurs compétences.

Les données utilisées sont essentiellement primaires. En effet, la collecte des données auprès de ces entrepreneurs était une opération laborieuse, c’était un défi majeur pour la bonne conduite de cette recherche dans un environnement où culturellement la transparence et la diffusion de l’information font encore défaut. La collecte des données proprement dite a duré plusieurs mois où au début les entrepreneurs étaient méfiants que les réponses soient exploitées par la direction de l’ANSEJ ou un autre organisme de l’Etat.

Ainsi, nous nous sommes fiés à trois principales sources d’informations : d’abord l’exploitation d’une liste de contacts établie par l’antenne ANSEJ Alger Est, ensuite, l’administration du questionnaire à l’occasion du premier salon national de l’entrepreneuriat et l’innovation qui a eu lieu entre 14-17 Décembre 2014 à la bibliothèque Nationale d’El Hamma et enfin l’administration du questionnaire en face à face des entrepreneurs identifiés par la mobilisation de nos relations personnelles.

1. ***Le choix et la constitution de l’échantillon***

Notre enquête de terrain a duré du novembre 2014 à Mars 2015 et nous a permis de collecter des données auprès de 75 entrepreneurs pour la plupart installés dans le centre du pays (notamment Alger, Boumerdès, Bouira).

En ce qui concerne la méthode du choix de l’échantillon, nous avons adopté la méthode non probabiliste vue la non disponibilité d’une base de données exhaustive et fiable des coordonnées des entrepreneurs accompagnés par l’ANSEJ. Ainsi, pour la constitution de notre échantillon nous avons utilisé le procédé de la « boule de neige ». En effet, nous nous sommes référés à chaque entrepreneur identifié pour accéder aux autres de ses connaissances.

Ainsi, cette méthode nous a permis d’augmenter rapidement la taille de l’échantillon qui a atteint au final 75 entrepreneurs qui ont répondu et rempli d’une façon satisfaisante aux questionnaires.

En effet, la validité interne est assurée puisque l’échantillon est composé d’un ensemble homogène. Il s’agit des entrepreneurs qui ont créé leurs entreprises dans le cadre du dispositif ANSEJ et qui ont dépassé le stade de lancement ; c'est-à-dire les entreprises créées ont au moins une année d’existence.

Par ailleurs, ces entrepreneurs ont créé des entreprises de différentes tailles, exerçant dans divers secteurs d’activité et qui ont des caractéristiques sociodémographiques très diversifiées (l’âge, le genre, le parcours professionnel…etc.). Cette diversification nous permet de garantir une validité externe de la recherche.

1. ***Outil de collecte de données***

Comme nous l’avons déjà mentionné, nous avons utilisé le questionnaire comme mode de collecte de données qui consiste à *« poser à un ensemble de répondant, le plus souvent représentatif d’une population, une série de questions relatives à leur situation sociale, professionnelle ou familiale, à leurs opinions, à leur attitude à l’égard d’options ou d’enjeux humains et sociaux, à leurs attentes, à leur niveau de connaissance ou de conscience d’un évènement ou d’un problème, ou encore sur tout autre point qui intéresse les chercheurs »[[3]](#footnote-4).*

Nous avons utilisé deux types d’administrations des questionnaires. Au début, nous avons opté pour l’envoi des questionnaires par courrier électronique (une page de Google documents a été créée pour en faire) mais, le taux de réponse était trop faible pourtant, des appels téléphoniques effectués avant l’envoi du questionnaire pour expliquer l’objet et l’objectif de cette étude et préciser qu’il s’agissait d’une recherche scientifique.

De ce fait, la plupart des questionnaires ont été remplis lors de contacts en face à face soit à l’occasion du salon de l’entrepreneuriat ou en se déplaçant au siège des entreprises.

* ***La validité de contenu***

La validité de contenu caractérise la capacité des instruments de mesure choisis à appréhender le mieux possible les concepts théoriques. Cette validité vise à assurer « qu’en termes de contenu, les instruments développés sont représentatifs de ce que l’on mesure » [[4]](#footnote-5). C'est-à-dire, savoir si le nombre et le contenu des items du questionnaire assure une représentation juste des indicateurs de notre recherche. De notre part, cette validité est estimée de manière qualitative.

En effet, le questionnaire administré a fait l’objet d’un pré-test auprès de 6 entrepreneurs après qu’il a été soumis à la relecture de deux enseignants chercheurs spécialisés en entrepreneuriat et d’un expert d’un bureau d’étude.

Ce questionnaire a été construit à partir de la revue de la littérature et des modèles existants en matière d’appui et d’accompagnement à l’entrepreneuriat. En effet, il a été élaboré selon les objectifs de cette recherche cités au début de ce chapitre à partir de 50 questions de différentes formes : questions ouvertes, questions fermées à choix unique et à choix multiples et questions à échelle à 3 et à 5 points (annexe n°9).

Cependant, notre questionnaire comporte 6 parties :

* *Partie 1* : aborde des informations générales sur l’entreprise créée ;
* *Partie 2* : traite le profil des entrepreneurs ;
* *Partie 3 et 4* : traitent les principales motivations et difficultés rencontrées par les entrepreneurs lors de leur processus de création d’entreprise ;
* *Partie 5* : est divisée en 3 axes pour permettre aux répondeurs d’évaluer leur niveau de satisfaction des services de l’ANSEJ, leur évaluation de qualité et l’impact de ces services, et leurs attentes;
* *Partie 6* : concerne les éléments classiques d’identification biographiques des participants.

1. ***Le choix des variables et définition des concepts utilisés***

Avant de passer à la présentation et l’analyse des résultats obtenus de cette recherche, nous déterminons dans cette partie les variables choisies pour étudier les différentes hypothèses proposées pour une meilleure compréhension des concepts développés dans cette étude. En effet, nous avons retenus quelques indicateurs (qualitatifs pour la plupart) qui définissent les concepts utilisés dans cette étude :

* 1. ***Le profil des entrepreneurs***: pour cerner ce concept, les indicateurs proposés concernent les dimensions sociodémographiques (Sexe, tranche d’âge, âge au moment de création, Statut matrimonial, Niveau d’instruction) et les compétences des entrepreneurs (expérience professionnelle, étude du marché, établissement du business plan, et leur expérience en entrepreneuriat.
  2. ***Les caractéristiques des entreprises créées*** : les indicateurs proposés sont : âge de l’entreprise, statut juridique, secteur d’activité, nombre d’employés, nombre de propriétaires, clients cibles, nature du marché, densité de la concurrence, aspect d’innovation, structure du capital (mode de financement et provenance des fonds propres).
  3. ***Les motivations à la création d’entreprise*** : les indicateurs retenus sont relatifs à la situation des entrepreneurs avant la création de l’entreprise, l’idée de création d’entreprise, l’influence de l’entourage, Désir d’affronter de nouveaux défis ou goût d’entreprendre, Goût du pouvoir et affirmation de leadership, Mettre en pratique des connaissances et un savoir-faire, Besoin de reconnaissance sociale Recherche d’indépendance professionnelle et d’autonomie, Perspectives de gains financiers supérieurs ; et le choix entre l’entrepreneuriat et le travail salarié.
  4. ***Les difficultés à la création d’entreprise*** : il s’agit des difficultés sur *le plan personnel* (Les facteurs psychologiques, Manque de compétences, Manque de soutien de l’entourage), du *contexte économique* (potentialité du marché, suivi des nouvelles technologies, importance de la concurrence, manque de fournisseurs, difficulté d’accès au foncier, disponibilité de la main d’œuvre) et durant *le processus de création* (problèmes administratifs, difficultés de financement, manque d’orientation et de conseil, indisponibilité de l’information, insuffisance de l’étude techno-économique du projet insuffisance de l’accompagnement).
  5. ***L’impact des services offerts par l’ANSEJ sur le développement entrepreneurial*** : l’objet principal de cette étude est l’évaluation de l’impact du dispositif ANSEJ sur le développement entrepreneurial. Ce concept « développement entrepreneurial » est décomposé entre :

* **Le développement du profil de l’entrepreneur :** les indicateurs proposés sont Amélioration statut social ; Constitution de relations et de réseaux professionnels ; Apprentissage et transfert de connaissance ; Compétences techniques ; Compétences gestionnaires ; Engagement et persévérance ; Leadership et esprit d'équipe ; Capacité de souplesse, d'adaptation et d'apprentissage ; Vision et créativité ; Devenir plus entreprenant ; Accomplissement, connaissance de soi et confiance personnelle ; Éveil, sensibilisation et intérêt à l'égard de la promotion de la culture entrepreneuriale et de l'entrepreneuriat
* **Le développement de l’entreprise créée :** les indicateurs proposés sont : Création d’emplois, Rentabilité de l’entreprise et production de la valeur ajoutée, Investissement et mise en place de capacité de production, Constitution du capital financier, Facilité du processus de création.
  1. ***Le niveau de satisfaction des entrepreneurs vis-à-vis les services d’appui et d’accompagnement offerts par l’ANSEJ*** : les indicateurs proposés pour ce concept central sont : évaluation du degré de satisfaction, vouloir être accompagné par l’ANSEJ dans les années prochaine, recommandation de l’ANSEJ aux autres personnes, avoir bénéficié d’un crédit d’extension.
  2. ***La qualité des services d’appui et d’accompagnement offerts par l’ANSEJ***: et ce à partir de l’évaluation de la durée nécessaire pour la création de l’entreprise, le temps qu’a consacré l’entrepreneur pour s’entretenir avec l’ANSEJ avant et après la création de l’entreprise et l’évaluation de la qualité des services de : diffusion des informations qui concernent les subventions octroyées, Organisation des salons d’exposition et mise en réseau, Présentation des conseils réglementaires, accueil, orientation et suivi, Formation, Appui financier et fiscal, Mise en relation avec les autres administrations, Soutien moral offerts par l’ANSEJ avant et après la création de l’entreprise.
  3. ***Les raisons du choix de l’ANSEJ :*** il s’agit entre autres du Besoin d’être accompagné, Avoir des conseils, formations et suivi, Rechercher des financements, Pour bénéficier des avantages fiscaux et financiers, L’inspiration de la réussite d’autres entrepreneurs accompagnés par l’ANSEJ, L’influence des médias, pour sortir de l’informel, en comparant l’ANSEJ avec les autres organismes d’appui à l’entrepreneuriat, l’influence déterminante de l’existence du dispositif ANSEJ sur le choix de devenir entrepreneur.

Enfin, après avoir présenté le cadre méthodologique de cette étude empirique qui nous a permis de déterminer les objectifs de cette recherche, les hypothèses qui vont faire l’objet de vérification et ses différents concepts, nous passons dans la section qui suit à la présentation et à l’analyse des résultats obtenus.

***Section 2 : Présentation et Analyse des résultats de l’enquête***

Afin de confirmer ou infirmer les hypothèses proposées dans cette étude empirique auprès des entrepreneurs ayant créé leurs entreprises dans le cadre du dispositif ANSEJ, nous passons à la présentation et à l’analyse des résultats obtenus de cette enquête.

Pour y parvenir, nous avons utilisé le logiciel IBM SPSS version 21 pour établir notre base de données et ensuite son analyse. La base de données construite contient 75 entrepreneurs et 127 variables.

1. ***Les résultats de la validation des mesures de la recherche (étude de la fiabilité)***

Il s’agit de la présentation des résultats de la validation des échelles de mesures (les indices de la fiabilité et de la cohérence interne) sur lesquelles reposent les hypothèses de cette étude pratique où nous avons utilisé des variables simples et des variables latentes qui sont mesurées par des questions formulées par les questions de Likert.

La fiabilité est analysée par le calcul du *coefficient alpha de Cronbach* qui est une mesure de la cohérence interne d’une échelle à plusieurs items fondée sur la corrélation entre ces items afin de définir la qualité de notre instrument de recherche (le questionnaire) qui « appliqué plusieurs fois à un même phénomène, doit donner les mêmes résultats » (Evrard, Pras et Roux 1993)[[5]](#footnote-6).

Le tableau suivant illustre les résultats des analyses confirmatoires et l’annexe n°10 résume les principales statistiques descriptives des items.

***Tableau N°50 : résultats de la fiabilité des mesures de recherches***

|  |  |
| --- | --- |
| **Statistiques de fiabilité** | |
| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
| ,857 | 64 |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Selon nos résultats, le total de 64 items a donné un α égale à 0,857 qui est supérieur à 0,6 ce qui confirme la fiabilité de notre instrument de recherche et nous permet de s’assurer que les participants à cette recherche ont bien compris le sens des questions et que les réponses formulées conduisaient aux mêmes interprétations.

1. ***Traitement des résultats et vérification des hypothèses***

Les données collectées dans le cadre de cette étude ont fait l’objet d’une analyse qualitative et quantitative en utilisant le logiciel IBM SPSS (version 21).

Le traitement de ces résultats nous amène à la vérification des hypothèses proposées qui concernent les questions d’évaluation de l’impact des services de l’ANSEJ sur le développement du profil des entrepreneurs et sur leurs entreprises, de leur niveau de satisfaction envers ces services et de leurs qualités.

Prenant en considération la formulation de nos hypothèses (qui chacune contenait une seule variable), nous avons privilégié d’utiliser au premier lieu l’analyse uni-variés à partir des mesures de la statistique descriptive notamment les moyennes.

* 1. ***Le profil des entrepreneurs enquêtés***

Il s’agit de déterminer les caractéristiques sociodémographiques des entrepreneurs enquêtés et de leur parcours.

* + 1. **Répartition des entrepreneurs enquêtés selon le genre**: 63 hommes (soit 84%) et 12 femmes (soir 16%) ont participé à notre enquête :

***Tableau N° 51: répartition des entrepreneurs selon le sexe***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | HOMME | 63 | 84,0 | 84,0 | 84,0 |
| femme | 12 | 16,0 | 16,0 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 |  |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Les données de ce tableau illustrent bien la prédominance des hommes sur les femmes dans l’activité entrepreneuriale ce qui correspond aux différents résultats des recherches de GEM. Au fait, les hommes sont 5 fois plus que les femmes.

En effet, habituellement les femmes sont plus centrées sur la famille ou être salariées dans une entreprise, et elles sont moins disposées à poursuivre des objectifs liés à la création d’entreprise[[6]](#footnote-7).

* + 1. **Répartition des entrepreneurs enquêtés selon l’âge**: La majorité des participants sont jeunes où 86% de notre échantillon ont moins de 40 ans. La grande portion d’âge est 30-39 ans avec un taux de 60% soit 45 sur 75 entrepreneurs, la seconde portion est celle de 25-29 ans avec un taux de 22%, la troisième est celle de 40-49 ans. La plus faible portion est celle de moins de 25 ans avec un taux de 4% soit 3 entrepreneurs sur 75 comme il est illustré dans le tableau et le graphe qui suivent :

***Tableau N° 52: répartition des entrepreneurs selon l’âge***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | moins de 25 | 3 | 4,0 | 4,0 | 4,0 |
| 25\_29 | 17 | 22,7 | 22,7 | 26,7 |
| 30-39 | 45 | 60,0 | 60,0 | 86,7 |
| 40-49 | 10 | 13,3 | 13,3 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 |  |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

***Figure N° 27: répartition des entrepreneurs selon l’âge***

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Ce jeune âge des entrepreneurs enquêtés est une conséquence au fait que l’âge limité entre 19 et 30 ans est une condition essentielle pour accéder à l’appui de l’ANSEJ. Cette même raison explique le jeune âge des entrepreneurs au moment de la création d’entreprise.

* + 1. **l’âge au moment de la création de l’entreprise** : D’après les résultats obtenus, 61% des répondants ont créé leurs entreprises à l’âge de 25-30 ans alors que 6% seulement à l’âge de plus de 36 ans, 16% moins de 25 ans et le même taux à l’âge de 31-36 ans. Or, la moyenne est 28,42 ans, les plus jeunes avaient 21 ans et le plus âgé avant 39 ans avec un écart-type de 4,2 comme le montre ce tableau.

***Tableau N° 53: mesures de statistiques descriptives de l’âge au moment de création de l’entreprise***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | N | Minimum | Maximum | Moyenne | Ecart type |
| âge au moment de création | 75 | 21,00 | 39,00 | 28,4267 | 4,21443 |
| N valide (listwise) | 75 |  |  |  |  |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

En effet, à l’âge de 25 à 30 ans, les entrepreneurs ont pu cumuler une certaine expérience professionnelle après avoir terminé leurs études pour se lancer dans la création d’entreprise.

* + 1. **Répartition des entrepreneurs enquêtés selon le statut matrimonial :** Les résultats obtenus montrent une répartition équivalente entre les mariés et les célibataires. A savoir 35 entrepreneurs mariés soit 46,7% et 34 entrepreneurs célibataires soit 45,3% alors que les divorcés viennent en troisième position avec un taux de 8%.

***Tableau N° 54: répartition des entrepreneurs selon le statut matrimonial***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | célibataire | 34 | 45,3 | 45,3 | 45,3 |
| marié (e) | 35 | 46,7 | 46,7 | 92,0 |
| divorcé (e) | 6 | 8,0 | 8,0 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 |  |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

* + 1. **situation professionnelle avant de devenir entrepreneur** : La situation professionnelle avant de devenir entrepreneur influence sur les motivations des entrepreneurs à la création d’entreprise. Les résultats obtenus montrent que plus de la moitié des répondants (54,7%) étaient des employés, 28% des chômeurs et 17% des étudiants.

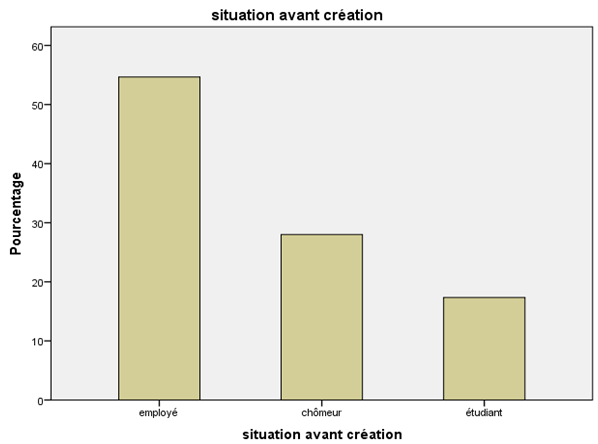
***Tableau N° 55: répartition des entrepreneurs selon la situation avant la création de l’entreprise***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | chômeur | 21 | 28,0 | 28,0 | 28,0 |
| étudiant | 13 | 17,3 | 17,3 | 45,3 |
| employé | 41 | 54,7 | 54,7 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 |  |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Les données de ce tableau sont contraires à ce qui est attendu puisque la situation en chômage est une condition pour avoir l’appui de l’ANSEJ. A priori, ces résultats montrent la situation professionnelle non satisfaisante pour ces employés et justifie le ressort de l’informel pour la plupart des répondants comme nous allons le voir ultérieurement.

***Figure N° 28: répartition des entrepreneurs selon la situation avant la création de l’entreprise***



***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Cependant, cette expérience professionnelle constitue un capital social important pour la réussite de ces entrepreneurs puisque ils ont une moyenne de 6,33 ans d’expérience dont 67% exerçaient dans le même domaine de l‘entreprise créée ce qui leur permet de développer leurs qualifications et aussi leur réseau relationnel.

Par ailleurs, la proportion des étudiants est considérable (17%, soit 13 sur 75 entrepreneurs) qui témoigne une certaine évolution de la culture et l’esprit entrepreneuriaux dans la société algérienne.

* + 1. **niveau d’instruction des entrepreneurs enquêtés**: Le niveau d’instruction est un apport important en termes de compétences et d’aptitudes. Selon les résultats obtenus, le niveau d’instruction des répondants est divers bien que les grandes proportions vont aux deux niveaux extrêmes : Les études universitaires viennent en première position avec un taux de 37% et le niveau inférieur aux études secondaires en deuxième position avec un taux de 28% suivis par le niveau de formation professionnelle soit 22,7% et enfin les études secondaires avec un taux de 12%.

***Tableau N° 56: répartition des entrepreneurs selon le niveau d’instruction***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | Inférieur aux études secondaires | 21 | 28,0 | 28,0 | 28,0 |
| Etudes secondaires | 9 | 12,0 | 12,0 | 40,0 |
| Formation professionnelle | 17 | 22,7 | 22,7 | 62,7 |
| Etudes universitaires | 28 | 37,3 | 37,3 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 |  |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Ainsi, ce tableau nous renseigne que les participants sont relativement instruits. En effets, ces résultats sont le fait que l’ANSEJ exige une qualification pour accorder son appui.

* + 1. **Avoir une formation pour créer son entreprise**: Les résultats de la question concernant la formation pour créer leurs entreprises sont résumés dans le tableau suivant :

***Tableau N° 57: répartition des entrepreneurs selon la formation obtenue***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | Non | 35 | 46,7 | 46,7 | 46,7 |
| Oui, parce que elle est requise par l’ANSEJ | 20 | 26,7 | 26,7 | 73,3 |
| Oui, à ma demande | 20 | 26,7 | 26,7 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 |  |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Ce tableau nous renseigne que la moitié des entrepreneurs interrogés soit 53,33% (40 sur 75 entrepreneurs) avaient eu une formation dont la moitié (20 sur 40) l’ont eu puisque c’est une condition de l’ANSEJ et l’autre moitié (20 sur 40) était à leur demande. En revanche, 46,7% des entrepreneurs interrogés ont déclaré de n’avoir effectué aucune formation à l’occasion de la création d’entreprise.

La majorité de ceux qui ont eu une formation soit 75% concernait le domaine de l’activité de l’entreprise, alors que 22% seulement dans le domaine de gestion de l’entreprise et 1 entrepreneur seulement qui a eu recours à une formation dans le domaine de l’entrepreneuriat.

* + 1. **étude du marché**: 65,3% (soit 49/75 participants) des entrepreneurs questionnés ont effectué une étude de marché pour se lancer dans la création d’entreprise dont la quasi-totalité (82%) était avec leurs propres moyens et pour 16% uniquement était par le biais des spécialistes (les bureaux d’études, confrères…). Alors que 34,7% (soit 26/75) ont pénétrer leurs marchés sans aucune étude préalable :

***Tableau N° 58: avoir réalisé une étude de marché***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | non | 26 | 34,7 | 34,7 | 34,7 |
| oui | 49 | 65,3 | 65,3 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 |  |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

* + 1. **réalisation du plan d’affaire**: 61,3% (soit 46/75 participants) des entrepreneurs questionnés ont affirmé d’avoir établi un plan d’affaire d’une manière écrite pour se lancer dans la création d’entreprise contre 38,7% (soit 29/75) qui ont répondu par la négation :

***Tableau N° 59: avoir réalisé un plan d’affaire***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | non | 29 | 38,7 | 38,7 | 38,7 |
| oui | 46 | 61,3 | 61,3 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 |  |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

* + 1. **profession des parents**: La profession des parents a un apport important sur le profil des entrepreneurs et leurs motivations. Le tableau suivant résume les résultats concernant la profession des parents d’entrepreneurs questionnés.

***Tableau N° 60: répartition des entrepreneurs selon la profession des parents***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | Propriétaire-dirigeant d’entreprise | 5 | 6,7 | 6,7 | 6,7 |
| Travailleur indépendant | 22 | 29,3 | 29,3 | 36,0 |
| Métier d’agriculteur ou producteur | 4 | 5,3 | 5,3 | 41,3 |
| Gestionnaire ou cadre supérieur | 9 | 12,0 | 12,0 | 53,3 |
| Cadre moyen ou intermédiaire | 3 | 4,0 | 4,0 | 57,3 |
| Travailleur salarié | 28 | 37,3 | 37,3 | 94,7 |
| Autre | 4 | 5,3 | 5,3 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 |  |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Du tableau, il ressort que peu d’entrepreneurs participants qui sont issus des parents entrepreneurs, soit 36% (6,7% sont des Propriétaire-dirigeant d’entreprise et 29,3% sont des Travailleur indépendant) contre 64% qui ne sont pas issus des parents entrepreneurs soit 37,3% des Travailleur salarié, 12% des Gestionnaire ou cadre supérieur et 3% des Cadre moyen ou intermédiaire.

* + 1. **existence d’entrepreneurs dans le milieu proche des entrepreneurs**: Le milieu proche des entrepreneurs est constitué essentiellement de sa famille (parents, frères / sœurs et autres membres de la famille) et les amis.

***Tableau N°61 : existence d’entrepreneurs dans le milieu proche***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | non | 21 | 28,0 | 28,0 | 28,0 |
| oui | 54 | 72,0 | 72,0 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 |  |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

En revanche de la question précédente, 72% des répondants affirment qu’ils existent des entrepreneurs dans leur entourage contre 28% qui ont répondu par la négation.

Par ordre décroissant, il s’agissait des amis (cités 32 fois), autres membres de la famille (cités 24 fois), frères et sœurs (cités 11 fois) et l’employeur (cités 2 fois).

* + 1. **vouloir imiter la réussite des autres entrepreneurs**: Une autre question a été posée aux entrepreneurs afin de déterminer l’influence de la réussite des entrepreneurs connus hors de leur entourage qui veulent les imiter.

***Tableau N° 62: vouloir imiter d’autres entrepreneurs***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | non | 37 | 49,3 | 49,3 | 49,3 |
| oui | 38 | 50,7 | 50,7 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 |  |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Comme nous renseigne ce tableau, les réponses sont proches où 50,7% ont répondu par OUI et 49,3% par NON.

Par ailleurs, ces entrepreneurs ‘‘stars’’ ont été découverts par les Chaînes télévisées nationales (citées 17 fois), les Chaînes télévisées étrangères (citées 9 fois), la Presse écrite nationale (citées 8 fois) et la Presse écrite étrangère (citées 6 fois). Ce constat indique l’importance que jouent les médias dans la sensibilisation à l’entrepreneuriat et la diffusion de la culture entrepreneuriale dans la société algérienne.

* + 1. **ayant déjà créé une entreprise**: Une autre question adressée aux entrepreneurs concernant la création antérieure d’une autre entreprise. Les réponses étaient en quasi-totalité par Non soit 92% contre 8% qui ont répondu par Oui :

***Tableau N° 63: avoir déjà créé une entreprise***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | non | 69 | 92,0 | 92,0 | 92,0 |
| oui | 6 | 8,0 | 8,0 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 |  |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Pour ceux qui ont répondu par Oui (6 entrepreneurs sur 75) 5 d’entre eux affirment que cette ancienne entreprise n’existe plus et pour un seul entrepreneur, elle est toujours en activité. Ces anciennes entreprises étaient dans le même domaine que les actuelles. Les motifs avancés pour leurs arrêts sont : séparation des associés, manque d’équipement et de capital, le non renouvellement de la location et installation à l’étranger.

* + 1. **Avoir exercé dans l’informel**: Bien que cette question incite la réserve des participants à cette enquête, 37,3% affirment qu’ils ont déjà exercé dans l’informel contre 62,7% qui ont répondu par la négation.

***Tableau N° 64: avoir déjà exercé dans l’informel***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | non | 47 | 62,7 | 62,7 | 62,7 |
| oui | 28 | 37,3 | 37,3 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 |  |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Ces résultats sont conformes au contexte de l’économie algérienne.

Les motifs avancés pour en sortir concernaient pour la majorité d’avoir les droits de l’assurance et de la retraite, de pouvoir recourir à l’ANSEJ et d’avoir le financement.

* 1. ***Les caractéristiques des entreprises créées***

Il s’agit de déterminer les caractéristiques de notre échantillon d’entreprises créées dans le cadre du dispositif ANSEJ :

* + 1. **Dates de création des entreprises créées**: La majorité des entreprises de notre échantillon est jeune avec une moyenne de 5,18 ans d’existence. 93,3% des entreprises ont moins de 10 ans, la plus ancienne a été créée en 1997 :

***Tableau N°65 : année de la création de l’entreprise***

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Année*** | 2014 | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 | 2009 | 2008 | 2007 | 2006 | 2005 | 2004 | 2002 | 1997 | Total |
| ***Effectifs*** | 8 | 12 | 6 | 10 | 8 | 9 | 4 | 5 | 7 | 1 | 3 | 1 | 1 | 75 |
| ***Pourcentage*** | 10,7 | 16,0 | 8,0 | 13,3 | 10,7 | 12,0 | 5,3 | 6,7 | 9,3 | 1,3 | 4,0 | 1,3 | 1,3 | 100,0 |
| ***Pourcentage cumulé*** | 10,7 | 26,7 | 34,7 | 48,0 | 58,7 | 70,7 | 76,0 | 82,7 | 92,0 | 93,3 | 97,3 | 98,7 | 100,0 |  |
| ***Minimum*** | 1,00 | | ***Maximum*** | | 18,00 | | ***Moyenne*** | | 5,1867 | | ***Ecart type*** | | 3,31945 | |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Ainsi, du tableau ci-dessus, les années 2013, 2011, 2009 et 2014 sont les plus dynamiques en création d’entreprises avec les taux 16%, 13,3%, 12% et 10,7% respectivement.

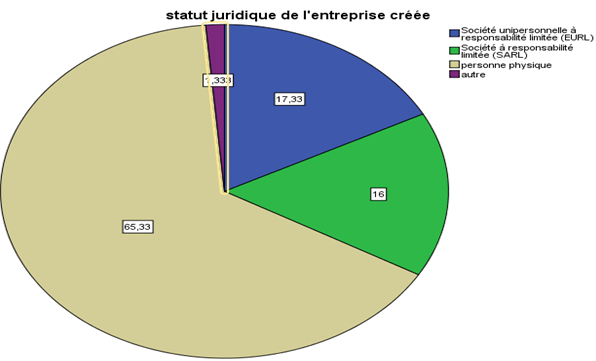
* + 1. **statut juridique :** Concernant la forme juridique, les entreprises individuelles (personnes physiques) ont enregistré la plus grande proportion (65,3%), les EURL et les SARL viennent de loin en 2ème et 3ème positions avec des taux de 17,3 et 16% comme il est illustré dans le tableau et le graphique suivants :

***Tableau N°66 : répartition des entreprises créées selon le statut juridique***

|  |  |
| --- | --- |
| ***Statut juridique*** | Effectifs |
| Société unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL) | 13 |
| Société à responsabilité limitée (SARL) | 12 |
| personne physique | 49 |
| autre | 1 |
| Total | 75 |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

***Figure N° 29: répartition des entreprises créées selon le statut juridique***



***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Cette répartition est justifiée par la taille des entreprises créées dans le cadre de l’ANSEJ en termes de montant d’investissement et le nombre d’employés ainsi que par la nature de l’activité exercée.

* + 1. **La structure du capital :** 88% des entrepreneurs enquêtés ont confirmé qu’ils sont les seuls propriétaires de leurs entreprises. Cela est conforme au fait qu’il s’agit de 65,33% d’entreprises individuelles. Par contre, 12% (soit 9 sur 75 entrepreneurs) ont affirmé qu’ils ont entre 2 et 3 associés qui sont pour 6 entrepreneurs des amis et le reste (3 entrepreneurs) des membres de la famille.
    2. **secteur d’activité choisi :** Il s’agit d’examiner les secteurs d’activité dans lesquels opèrent les entreprises enquêtées.

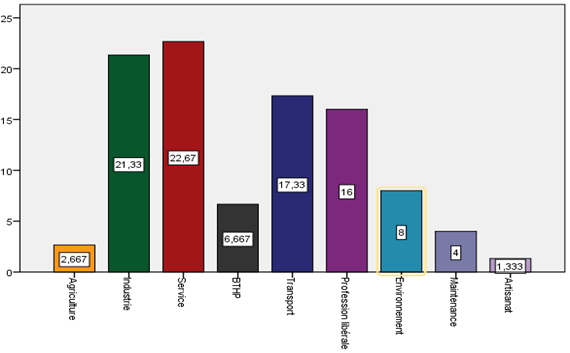
***Tableau N°67 : répartition des entreprises créées selon le secteur d’activité***

|  |  |
| --- | --- |
| ***Secteur d’activité*** | Effectifs |
| Agriculture | 2 |
| Industrie | 16 |
| Service | 17 |
| BTHP | 5 |
| Transport | 13 |
| Profession libérale | 12 |
| Environnement | 6 |
| Maintenance | 3 |
| Artisanat | 1 |
| Total | 75 |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Le tableau 67 nous renseigne que 22,7% des entreprises enquêtées évoluent dans le secteur des services suivi par le secteur de l’industrie avec un taux de 21,33%, le transport avec un taux de 17,33 et les professions libérales avec un taux de 16%. Par contre, les secteurs d’environnement, BTHP, maintenance, agriculture et l’artisanat sont moins représentées avec des taux de 8%, 6,7%, 2,6% et 1,3% respectivement.

***Figure N°30 : répartition des entreprises créées selon le secteur d’activité***



***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

* + 1. **le choix du secteur d’activité et l’idée de projet**: Selon les réponses des entrepreneurs interrogés, l’idée de projet vient principalement d’après *l’expérience professionnelle antérieure et la formation ou les études entreprises* (avec une fréquence de 34). Le même domaine du *diplôme acquis* (avec une fréquence de 22) en constitue une deuxième source principale, ensuite, c’est *les conseils et les recommandations de la famille* *et des relations professionnelles* (avec une fréquence de 18) qui sont des sources d’idées de projets suivi par *une évaluation des opportunités* (avec une fréquence de 12), les *motivations personnelles* (notamment entamer un marché non encore exploité (être le leader), la passion, réaliser un rêve…etc.) (avec une fréquence de 9). Or, *l’intervention de l’ANSEJ* avec ses conseils n’a pas eu un rôle important comme une source d’idée du projet ou dans la décision du choix du secteur d’activité (avec une fréquence de 5 seulement).
    2. **client principal de l’entreprise**: Une question a été posée aux entrepreneurs afin de déterminer le type du client principal des entreprises créées. Il apparait que les particuliers sont en premier ordre (cités 45 fois), les entreprises privées en deuxième ordre (citées 34 fois) et enfin, les entreprises publiques en troisième ordre (citées 25 fois).

***Tableau N°68 : le client principal de l’entreprise créée***

|  |  |
| --- | --- |
| Client | Fréquences |
| Particuliers | 45 |
| Entreprises privées | 34 |
| Entreprises publiques | 25 |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

* + 1. **type du marché cible :** plus que la moitié des répondants (soit 58,7%) ciblent leur marché local contre 34,7% le marché national et seulement 6,7% le marché international (soit 5 sur 75 entreprises).

***Tableau N° 69: répartition des entreprises créées selon le type de marché***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | marché local | 44 | 58,7 | 58,7 | 58,7 |
| marché national | 26 | 34,7 | 34,7 | 93,3 |
| marché international | 5 | 6,7 | 6,7 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 |  |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Ce positionnement plutôt local est expliqué entre autres par la taille des entreprises créées.

* + 1. **nombre d’employé à la création** : 96% des entreprises investiguées ont démarré avec au plus 5 employés où 41,3% du total (75 entreprises) ont démarré avec un seul employé qui est le créateur lui-même (l’entrepreneur), 26,7% avec 2 employés et 20% avec 3 employés. Tandis que, 1 entreprise seulement a démarré avec 10 employés et 2 entreprises avec 8 employés.

***Tableau N° 70: répartition des entreprises selon l’effectif lors de la création***

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Nombre d’employés*** | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 8 | 10 | Total |
| ***Effectifs*** | 31 | 20 | 15 | 3 | 3 | 2 | 1 | 75 |
| ***Pourcentage*** | 41,3 | 26,7 | 20,0 | 4,0 | 4,0 | 2,7 | 1,3 | 100,0 |
| ***Pourcentage cumulé*** | 41,3 | 68,0 | 88,0 | 92,0 | 96,0 | 98,7 | 100,0 |  |
| ***Minimum*** | 1,00 | ***Maximum*** | | 10,00 | ***Moyenne*** | | 2,2533 | ***Ecart type*** 1,70922 |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Ces résultats sont conformes à la structure des entreprises créées dans le cadre de l’ANSEJ où la moyenne est entre 2 et 3 employés (voir chapitre 4).

* + 1. **évolution du nombre d’emplois**: Les données collectées montrent que 62,6% des entreprises ont connu une croissance[[7]](#footnote-8) en termes de nombre d’emplois créés avec une moyenne d’évolution de 3,97 emplois où le l’évolution la plus élevée est d’avoir créé 49 nouveaux emplois, 17,3% d’entreprises enquêtées ont créé 2 nouveaux emplois, 10,7% ont créé 4 nouveaux emplois, 6,7% ont créé 5 nouveaux emplois, le même taux pour 1 un nouvel emploi et 5,3% ont créé 3 nouveaux emplois.

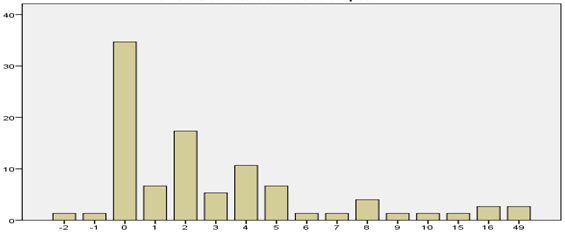
***Tableau N° 71: évolution du nombre d’emploi***

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Evolution du nombre d’employés*** | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 15 | 16 | 49 | Total |
| ***Effectifs*** | 1 | 1 | 26 | 5 | 13 | 4 | 8 | 5 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 75 |
| ***Pourcentage*** | 1,3 | 1,3 | 34,7 | 6,7 | 17,3 | 5,3 | 10,7 | 6,7 | 1,3 | 1,3 | 4,0 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 2,7 | 2,7 | 100 |
| ***Pourcentage cumulé*** | 1,3 | 2,7 | 37,3 | 44,0 | 61,3 | 66,7 | 77,3 | 84,0 | 85,3 | 86,7 | 90,7 | 92,0 | 93,3 | 94,7 | 97,3 | 100 |  |
| ***Minimum*** | | -2,00 | | ***Maximum*** | | | 49,00 | | ***Moyenne*** | | 3,9733 | | ***Ecart type*** | | | 8,35363 | |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Cependant, 34,7% des entreprises enquêtées enregistrent une stabilité en termes d’emplois, c'est-à-dire elles n’ont connu aucune variation en nombre d’emplois. Par contre, 2,7% des entreprises, soit 2 sur 75 enquêtées ont connu une décroissance, il s’agit d’une perte de 3 postes d’emplois au total.

***Figure N° 31: évolution du nombre d’emploi***



***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Cette évolution en termes d’emplois a donné une moyenne de 6,22 d’emplois actuels (il était 2,25 à la création) avec un maximum de 52 postes d’emplois et un minimum de 1 seul poste.

* + 1. **La densité de la concurrence** : Les réponses à la question de densité de la concurrence dans les marchés sur lesquels exercent les entrepreneurs étaient très variées.

***Tableau N° 72: répartition des entreprises créées selon la densité de la concurrence***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | très faible | 11 | 14,7 | 14,7 | 14,7 |
| faible | 6 | 8,0 | 8,0 | 22,7 |
| moyenne | 21 | 28,0 | 28,0 | 50,7 |
| forte | 10 | 13,3 | 13,3 | 64,0 |
| très forte | 27 | 36,0 | 36,0 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 |  |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

En résumé, 22,7% définissent leur marché à faible et très faible concurrence, 28% à moyenne concurrence et 49,3% à forte et très forte croissance.

Dans une certaine perspective, la densité de la concurrence explique comment est l’aspect d’innovation au sein des entreprises enquêtées.

* + 1. **Aspect d’innovation** : A travers les réponses à la question concernant si l’activité de l’entreprise créée est innovatrice, 45,33% affirment que leur activité n’est pas innovatrice, c'est-à-dire qu’il s’agit d’une imitation et une reproduction sans modifications ou améliorations. Par contre, les autres ont affirmé que leur activité est en quelque sorte innovatrice notamment par l’Introduction d’un nouveau produit/service sur le marché (citée 26 fois), l’Introduction d’un nouveau procédé de production (citée 14 fois), l’Introduction d’une nouvelle organisation de gestion (citée 12 fois) et l’Introduction d’un nouveau concept de vente (citée 7 fois).

Ainsi, la quasi-totalité (93,3%) des répondants ont répondu par négation en ce qui concerne si leur entreprise est une concrétisation d’une invention scientifique contre 6,7% qui l’ont confirment (soit 5 sur 75 entrepreneurs appartenant au secteur de l’industrie) [[8]](#footnote-9).

***Tableau N° 73: l'entreprise est elle une concrétisation d'une invention scientifique***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | non | 70 | 93,3 | 93,3 | 93,3 |
| oui | 5 | 6,7 | 6,7 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 |  |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Cependant, 30,7% seulement des répondants affirment qu’ils collaborent avec les acteurs de la recherche scientifique dans leurs différentes activités.

***Tableau N°74 : collaboration avec les chercheurs et les scientifiques***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | non | 52 | 69,3 | 69,3 | 69,3 |
| oui | 23 | 30,7 | 30,7 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 |  |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

* + 1. **Mode de financement** : Presque trois-quarts de l‘échantillon a été constitué à partir d’un financement triangulaire soit 74,7% contre 25,3% par un financement mixte.

***Tableau N°75 : répartition des entreprises créées selon le mode de financement***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | mixte | 19 | 25,3 | 25,3 | 25,3 |
| triangulaire | 56 | 74,7 | 74,7 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 |  |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Sachant que 95% des entreprises créées dans le cadre de l’ANSEJ (de sa création à la fin de 2013) sont inscrits dans le mode triangulaire contre 5% en financement mixte. Le recours à un tiers (les banques) est rapporté au faible apport personnel que peut constituer l’entrepreneur vu de son jeune âge qui ne lui permet pas d’accumuler un fonds considérable pour s’inscrire dans le mode mixte.

* + 1. **Provenance de l’apport personnel**: Le tableau ci-dessus montre que l’apport personnel est un capital de proximité où les prêts et les aides auprès de la famille en constituent la première source (cités 42 fois), en deuxième position l’épargne personnelle (citée 30 fois), en troisième position les prêts et les aides auprès des proches ou amis (cités 16 fois) et enfin l’héritage (cité 3 fois).

***Tableau N° 76: les sources de la constitution de l’apport personnel***

|  |  |
| --- | --- |
| Sources | Fréquences |
| prêts et aides auprès de la famille | 42 |
| épargne personnelle | 30 |
| prêts et aides auprès des proches ou amis | 16 |
| héritage | 3 |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Après avoir décrit les différentes caractéristiques des entreprises créées dans le cadre de l’ANSEJ, nous reviendrons dans ce qui suit à l’entrepreneur pour étudier ses motivations à la création d’entreprise.

* 1. ***Les motivations à la création d’entreprise***

Nous avons mentionné précédemment que 54,7% de notre échantillon étaient des employés avant de créer leurs entreprises, 17,3% des étudiants et 28% des chômeurs. La diversification de ces résultats est surprenante puisque le dispositif ANSEJ est dédié exclusivement aux jeunes chômeurs-qui par le biais de la création d’entreprise créent leur propre emploi. Ainsi, on s’attendait qu’échapper au chômage soit la première motivation à la création d’entreprise. Toutefois, il apparait d’après ces résultats qu’il existe d’autres motivations de différentes natures.

Par ailleurs, en théorie, les individus issus des parents entrepreneurs sont plus motivés à devenir des entrepreneurs aussi. En se basant sur notre enquête, 64% des entrepreneurs ne sont pas issus des parents entrepreneurs. Ainsi, il apparait que la profession des parents n’a pas réellement motivé ces entrepreneurs à créer leurs entreprises.

Néanmoins, il apparait que le milieu proche des entrepreneurs (famille, amis, …etc.) motivent positivement ces entrepreneurs puisque 72% d’entre eux affirment qu’il existe au moins un entrepreneur dans leur entourage et 50,7% affirment qu’ils sont influencés par des entrepreneurs hors de leur entourage et veulent imiter leur réussite.

* + 1. **le choix entre devenir salarié ou rester entrepreneur**: Cependant, quelle que soit la motivation à la création d’entreprise, plus du trois quarts (78,7%) des répondants affirment qu’ils vont toujours choisir de rester entrepreneurs contre 14,7% qui préfèrent de devenir salariés alors que 6,7% sont indécis.

***Tableau N°77 : le choix entre devenir salarié ou rester entrepreneur***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | salarié | 11 | 14,7 | 14,7 | 14,7 |
| entrepreneur | 59 | 78,7 | 78,7 | 93,3 |
| je ne sais pas | 5 | 6,7 | 6,7 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 |  |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Pour déterminer pourquoi ce choix, une question ouverte a été posée afin de faire exprimer ces entrepreneurs librement.

Pour les 14,7% d’entrepreneurs, le choix de devenir salarié est motivé principalement par le souci de stabilité financière, pour avoir l’assurance et ne pas s’endetter, ne plus supporter les avoirs des impôts, ne plus supporter des risques, ne plus prendre des responsabilités, ne plus supporter la pression de la recherche des clients et les parts de marché…

Il est clair que ce comportement est tout à fait contradictoire aux aptitudes et attitudes d’un entrepreneur ce qui nous renseigne que les motivations de ces entrepreneurs sont à priori de nature négative plutôt que positive.

En revanche, ceux qui veulent rester toujours entrepreneurs, ils ont affiché dans leurs réponses un esprit entrepreneurial très fort à l’instar de la répondante n1 : qui affirme qu’*« Il m'est déjà arrivé de penser à me convertir en salariée pour échapper à la charge des responsabilités qu'implique le statut d'entrepreneur, mais le goût de la liberté et du risque reviennent très vite. »* un autre témoignage d’une autre répondante n3 qui a expliqué que *« Être entrepreneur ça nous enseigne énormément et ça nous permet d'avancer et de connaitre des challenges que nous nous fixons nous mêmes et de participer à notre façon à la construction de notre pays et à la fois de nous même,..., la maturité professionnelle serait suffisante pour se découvrir si on a envie ou pas de devenir entrepreneur, car souvent les personnes ne se posent pas cette question: ils pensent que créer son entreprise, c'est facile alors, qu'il faut que pencher sur la question de l'esprit entrepreneuriale. Ma propre expérience, m'a fait découvrir qu'au bout de 07 ans en tant qu'employé, je me suis senti prête à tenter de réaliser mon projet à travers l'ANSEJ qui s'est posé au bon moment durant mon cursus... ».*

En effet, ces entrepreneurs sont motivés principalement par le souci d’autonomie, de liberté, d’avoir plus de revenus, et aussi par l’amour des challenges et du métier d’entrepreneur qui leur permet d’évoluer, d’innover, de créer plus de valeurs, de réaliser leurs rêves, de concrétiser leurs ambitions, de créer de nouveaux emplois et de nouvelles opportunités d’affaires et de répondre aux besoins du marché, de mettre en valeur leurs expériences et compétences et enfin, ils sont motivés par la confiance en soi et de leurs capacités à réussir en tant qu’un chef d’entreprises.

Ainsi, les motivations de cette catégorie d’entrepreneurs sont d’ordre positif plutôt que négatif.

* + 1. **l’existence de l’ANSEJ a-t-elle déterminé son choix de devenir entrepreneur**: D’après les résultats obtenus, l’impact de l’ANSEJ sur le choix d’une carrière entrepreneuriale chez les répondants est considérable puisque la moitié d’entre eux soit 50,7% ont répondu par Oui et 49,3% ont répondu par Non à la question sur le fait que le dispositif ANSEJ existe a déterminé leur choix de devenir entrepreneur. Ainsi, il apparait que le rôle de l’ANSEJ dans la diffusion de l’esprit d’entreprise est important.
    2. **l’existence de l’ANSEJ a déterminé la concrétisation du projet** : plus que la moitié (58,7%) des répondants ont déclaré que sans l’appui de l’ANSEJ, ils n’auraient pas concrétisé leurs projets en entreprises. Ainsi, l’appui et l’accompagnement que propose l’ANSEJ à ces entrepreneurs constituent une motivation importante à la création d’entreprise.
    3. **Quelle importance des motivations à la création**: Afin de tester notre première **hypothèse** **H1** intitulée : « *les motivations à la création d’entreprise des entrepreneurs accompagnés par l’ANSEJ sont plutôt négatives que positives*. », nous avons demandé aux participants à notre enquête d’évaluer le degré d’importance de 12 facteurs proposés pouvant être leurs motivations à la création d’entreprise dont 2 sont d’ordre négatif.

Le tableau suivant résume les résultats obtenus à cette question :

***Tableau N°78 : les motivations à la création d’entreprise***

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Pas du tout | peu | beaucoup | Score moyen | écart-type | résultats[[9]](#footnote-10) |
| Désir d’affronter de nouveaux défis ou goût d’entreprendre | 5 | 12 | 58 | 2,7067 | ,58756 | beaucoup |
| 6,7 | 16,0 | 77,3 |
| Goût du pouvoir et affirmation de leadership | 9 | 29 | 37 | 2,3733 | ,69308 | beaucoup |
| 12,0 | 38,7 | 49,3 |
| Il y a une tradition d’entrepreneurs dans mon entourage | 21 | 20 | 34 | 2,1733 | ,84427 | peu |
| 28,0 | 26,7 | 45,3 |
| Désir de réaliser une idée ou un rêve | 2 | 9 | 64 | 2,8267 | ,44641 | beaucoup |
| 2,7 | 12,0 | 85,3 |
| Volonté de transformer un hobby en un métier | 16 | 9 | 50 | 2,4533 | ,82680 | beaucoup |
| 21,3 | 12,0 | 66,7 |
| perception d'une opportunité d’affaires et envie de l’exploiter | 4 | 17 | 54 | 2,6667 | ,57735 | beaucoup |
| 5,3 | 22,7 | 72,0 |
| Mettre en pratique des connaissances et un savoir-faire | 8 | 18 | 49 | 2,5467 | ,68366 | beaucoup |
| 10,7 | 24,0 | 65,3 |
| Besoin de reconnaissance sociale | 22 | 27 | 26 | 2,0533 | ,80360 | peu |
| 29,3 | 36,0 | 34,7 |
| Recherche d’indépendance professionnelle et d’autonomie | 5 | 8 | 62 | 2,7600 | ,56569 | beaucoup |
| 6,7 | 10,7 | 82,7 |
| Perspectives de gains financiers supérieurs | 4 | 14 | 57 | 2,7067 | ,56409 | Beaucoup |
| 5,3 | 18,7 | 76,0 |
| Situation antérieure de chômage | 29 | 14 | 32 | 2,0400 | ,90703 | Peu |
| 38,7 | 18,7 | 42,7 |
| Expérience professionnelle antérieure peu satisfaisante | 21 | 28 | 26 | 2,0667 | ,79412 | peu |
| 28,0 | 37,3 | 34,7 |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Il ressort du tableau que les motivations des entrepreneurs de notre échantillon sont ordonnées comme suit : (d’ordre décroissant selon le score moyen de chaque item)

* Désir de réaliser une idée ou un rêve
* Recherche d’indépendance professionnelle et d’autonomie
* Perspectives de gains financiers supérieurs
* Désir d’affronter de nouveaux défis ou goût d’entreprendre
* perception d'une opportunité d’affaires et envie de l’exploiter
* Mettre en pratique des connaissances et un savoir-faire
* Volonté de transformer un hobby en un métier
* Goût du pouvoir et affirmation de leadership
* Il y a une tradition d’entrepreneurs dans mon entourage
* Besoin de reconnaissance sociale
* Expérience professionnelle antérieure peu satisfaisante
* Situation antérieure de chômage
* ***Vérification de l’hypothèse H1***

Pour y parvenir, nous avons ajouté deux variables composantes pour mesurer les motivations négatives et les motivations positives. Le traitement de ces deux variables a donné les résultats suivants :

***Tableau N° 79: mesures de statistiques descriptives des motivations à la création d’entreprises***

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | N | Minimum | Maximum | Moyenne | Ecart type | Résultat |
| motivpositive | 75 | 1,90 | 3,00 | 2,5267 | ,28060 | Beaucoup |
| motivnégative | 75 | 1,00 | 3,00 | 2,0533 | ,70984 | peu |
| N valide (listwise) | 75 |  |  |  |  |  |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Ainsi, le score moyen des motivations négatives est 2,05 (peu) qui est inférieur au score moyen des motivations positives avec une moyenne de 2,52 (beaucoup). En effet, les entrepreneurs enquêtés sont poussés à la création d’entreprise plutôt par des motivations positives que négatives. Ce résultat nous amène à ***infirmer*** cette première hypothèse.

Ces résultats sont conformes au fait que 54,7% de notre échantillon étaient des employés avant de devenir des entrepreneurs. Il apparait que l’ANSEJ incite de plus en plus les employés qui y recourent pour ces différents services et les motive à l’entrepreneuriat qui ne s’agit plus d’un entrepreneuriat de lutte contre la pauvreté ou de survie comme nous avons la tradition de caractériser l’entrepreneuriat en Algérie. Au moins au niveau de notre échantillon, les résultats confirment une certaine évolution de la culture entrepreneuriale au sein de notre société où les motivations à la création d’entreprise sont d’abord d’ordre psychologique, ensuite, d’ordre socioéconomique.

* 1. ***Les difficultés à la création d’entreprise***
     1. **évaluation de l’impact des difficultés sur l’envie de création d’entreprise**: Selon les résultats obtenus, les procédures administratives demeurent encore l’obstacle majeur à la création d’entreprises malgré toutes les mesures entreprises dans ce domaine. Il s’agit de la pluralité des démarches à exécuter, à leur complication et à la non coordination entre les différents intervenants. En deuxième position, figurent les problèmes liés au financement de la création d’entreprise (le financement par les fonds propres, l’accès aux emprunts bancaires et les autres sources de financement). Ce résultat nous renseigne que malgré les efforts déployés par l’ANSEJ et les autorités publiques, le financement des entreprises notamment ce des PME/TPE et de création n’est pas encore maitrisé. A ce niveau, nous rappelons que l’ANSEJ joue le rôle de négocier avec les banques grâce aux nouvelles mesures qui stipulent que tout dossier validé par le CLVF recevra systématiquement le financement bancaire.

Les résultats obtenus à la question concernant l’évaluation des difficultés entravant le cheminement de la création d’entreprises sont résumés dans le tableau qui suit :

***Tableau N°80 : les difficultés à la création d’entreprise***

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Très facile | facile | moyenne | difficile | Très difficile | Score moyen | écart-type | résultats | ordre |
| Les facteurs psychologiques (peur de l’échec, manque de confiance en soi, Crainte de l'instabilité des revenus…) | 16 | 3 | 25 | 9 | 22 | 3,2400 | 1,46896 | Moyenne | 9 |
| 21,3 | 4,0 | 33,3 | 12,0 | 29,3 |
| Manque de compétences (expériences, formation, connaissance…) | 26 | 11 | 20 | 13 | 5 | 2,4667 | 1,30832 | Facile | 17 |
| 34,7 | 14,7 | 26,7 | 17,3 | 6,7 |
| Manque de soutien de l’entourage (conjoint, famille, amis…etc.) | 30 | 12 | 8 | 10 | 15 | 2,5733 | 1,59538 | Facile | 16 |
| 40,0 | 16,0 | 10,7 | 13,3 | 20,0 |
| **sur le plan personnel** | | | | | | 2,7600 | 1,08021 | ***Moyenne*** | ***3*** |
| Concurrence importante / marché potentiel limité | 13 | 10 | 11 | 16 | 25 | 3,4000 | 1,49775 | Moyenne | 6 |
| 17,3 | 13,3 | 14,7 | 21,3 | 33,3 |
| Difficulté de suivre les changements rapides des nouvelles technologies | 17 | 9 | 23 | 13 | 13 | 2,9467 | 1,38421 | Moyenne | 14 |
| 22,7 | 12,0 | 30,7 | 17,3 | 17,3 |
| Manque de clients et difficultés d’obtenir des paiements | 7 | 9 | 14 | 17 | 28 | 3,6667 | 1,33895 | Difficile | 5 |
| 9,3 | 12,0 | 18,7 | 22,7 | 37,3 |
| Problèmes liés à l’acquisition d’équipement de matériels de production et de trouver des fournisseurs | 12 | 17 | 13 | 18 | 15 | 3,0933 | 1,38694 | Moyenne | 12 |
| 16,0 | 22,7 | 17,3 | 24,0 | 20,0 |
| Problèmes liés au foncier | 18 | 6 | 14 | 12 | 25 | 3,2667 | 1,57971 | Moyenne | 7 |
| 24,0 | 8,0 | 18,7 | 16,0 | 33,3 |
| Problèmes liés à la disponibilité de la main d’œuvre qualifiée | 16 | 11 | 15 | 13 | 20 | 3,1333 | 1,50075 | Moyenne | 11 |
| 21,3 | 14,7 | 20,0 | 17,3 | 26,7 |
| **sur le plan du contexte économique** | | | | | | 3,2511 | ,86315 | ***Moyenne*** | ***2*** |
| Problèmes administratifs (autorisation, lenteur et complication des procédures etc.) | 8 | 2 | 9 | 16 | 40 | 4,0400 | 1,31971 | Difficile | 1 |
| 10,7 | 2,7 | 12,0 | 21,3 | 53,3 |
| Faiblesse des moyens financiers propres | 3 | 3 | 16 | 19 | 34 | 4,0400 | 1,09594 | Difficile | 2 |
| 4,0 | 4,0 | 21,3 | 25,3 | 45,3 |
| Difficulté d'accès à l'emprunt bancaire (taux d’intérêt et d’autres conditions trop élevés | 7 | 5 | 10 | 19 | 34 | 3,9067 | 1,30667 | Difficile | 3 |
| 9,3 | 6,7 | 13,3 | 25,3 | 45,3 |
| Difficulté d'accès aux autres sources de financement | 7 | 9 | 9 | 17 | 33 | 3,8000 | 1,36560 | Difficile | 4 |
| 9,3 | 12,0 | 12,0 | 22,7 | 44,0 |
| Problèmes liés au manque d’orientation et de conseil | 17 | 7 | 15 | 12 | 24 | 3,2533 | 1,55175 | Moyenne | 8 |
| 22,7 | 9,3 | 20,0 | 16,0 | 32,0 |
| Problèmes de disponibilité de l’information | 13 | 12 | 17 | 13 | 20 | 3,2000 | 1,44260 | Moyenne | 10 |
| 17,3 | 16,0 | 22,7 | 17,3 | 26,7 |
| Problèmes d’évaluation de la faisabilité du projet (insuffisance de l’étude techno-économique du projet) | 23 | 8 | 16 | 15 | 13 | 2,8267 | 1,49208 | Moyenne | 15 |
| 30,7 | 10,7 | 21,3 | 20,0 | 17,3 |
| Faiblesse des structures d'aide à la création (insuffisance de l’accompagnement) | 17 | 8 | 21 | 11 | 18 | 3,0667 | 1,46429 | Moyenne | 13 |
| 22,7 | 10,7 | 28,0 | 14,7 | 24,0 |
| **sur le plan du processus de création** | | | | | | 3,5167 | ,87363 | ***Difficile*** | ***1*** |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

A la lecture du tableau, les difficultés sur ***le plan du processus de création d’entreprise*** sont en ***première*** position avec un score moyen de 3,5167. En effet sont évaluées comme ***difficile***[[10]](#footnote-11)notamment il est difficile pour les items suivants (par ordre décroissant) :

* Problèmes administratifs ;
* Faiblesse des moyens financiers propres ;
* Difficulté d'accès à l'emprunt bancaire (taux d’intérêt et d’autres conditions trop élevés ;
* Difficulté d'accès aux autres sources de financement ;

Le reste des items sont évalués comme étant d’une difficulté moyenne à savoir :

* Problèmes liés au manque d’orientation et de conseil ;
* Problèmes de disponibilité de l’information ;
* Faiblesse des structures d'aide à la création (insuffisance de l’accompagnement) ;
* Problèmes d’évaluation de la faisabilité du projet (insuffisance de l’étude techno-économique du projet).

En ***deuxième*** position, se sont les difficultés sur ***le plan du contexte économique*** qui ont un impact ***moyen*** sur le cheminement des entrepreneurs avec un score moyen de 3,2511. Il s’agit par ordre décroissant :

* Manque de clients et difficultés d’obtenir des paiements ;
* Concurrence importante / marché potentiel limité ;
* Problèmes liés à la disponibilité de la main d’œuvre qualifiée ;
* Problèmes liés au foncier (Non disponibilité du terrain, Coût élevé, Lieu (éloignement, inadéquation avec l'activité, etc.), Accès aux sources d’énergie (électricité, gaz et eau) et Problèmes administratifs (cadastre, acte de propriété, etc.) ;
* Problèmes liés à l’acquisition d’équipement de matériels de production et de trouver des fournisseurs ;
* Difficulté de suivre les changements rapides des nouvelles technologies.

En ***troisième*** position, vient les difficultés sur ***le plan personnel*** qui sont évaluées d’une difficulté ***moyenne*** avec un score moyen de 2,7600. Il s’agit des facteurs psychologiques (peur de l’échec, manque de confiance en soi, Crainte de l'instabilité des revenus…) qui est d’une difficulté moyenne. Tandis que le manque de soutien de l’entourage (conjoint, famille, amis…etc.) et des compétences (expériences, formation, connaissance…) sont considérées comme étant des contraintes faciles.

* + 1. **comment surmonter ces difficultés**: Nous avons demandé aux entrepreneurs d’indiquer qui leur a donné les aides et l’appui les plus utiles afin de surmonter toutes les difficultés mentionnées ci-dessus. A la lecture des réponses, l’aide de la famille et des amis parait encore une fois cruciale et indispensable pour s’engager à la création d’entreprise comme il est illustré dans le tableau qui suit :

***Tableau N°81 : les sources d’aide pour surmonter les difficultés à la création d’entreprise***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Fréquences | Pourcentage |
| Votre famille et/ou amis | 52 | 48,60 |
| Votre entourage professionnel | 17 | 15,88 |
| des organismes d’aide | 17 | 15,88 |
| Une formation dans le domaine | 15 | 14,01 |
| Autres | 6 | 5,63 |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Ainsi, de loin vient en deuxième position l’aide de l’entourage professionnel et des organismes de l’Etat. En troisième rang, entreprendre une formation dans le domaine parait utile avec un taux de 14%.

* 1. ***L’impact de l’appui et d’accompagnement sur le développement du profil des entrepreneurs***

Dans cette partie, nous cherchons à étudier l’impact des services d’appui et d’accompagnement offerts par l’ANSEJ sur le développement du profil des entrepreneurs ayant créé leurs entreprises dans le cadre de ce dispositif. Pour y parvenir, nous leur avons demandé d’évaluer à quel point l’impact des services de l’ANSEJ était important sur 12 items proposés qui constituent le profil général d’un entrepreneur comme il est défini dans la littérature de l’entrepreneuriat.

Les réponses obtenues sont résumés dans le tableau qui suit :

***Tableau N°82 : impact de l’appui de l’ANSEJ sur le développement du profil entrepreneurial***

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Pas du tout important | Moins important | Moyen | Important | Très important | Score moyen | écart-type | résultats[[11]](#footnote-12) | ordre[[12]](#footnote-13) |
| Amélioration statut social | 3 | 10 | 18 | 18 | 26 | 3,7200 | 1,19186 | Important | 5 |
| 4,0 | 13,3 | 24,0 | 24,0 | 34,7 |
| Constitution de relations et de réseaux professionnels | 2 | 11 | 15 | 17 | 30 | 3,8267 | 1,18975 | Important | 4 |
| 2,7 | 14,7 | 20,0 | 22,7 | 40,0 |
| Apprentissage et transfert de connaissance | 3 | 18 | 15 | 15 | 24 | 3,5200 | 1,27724 | Important | 12 |
| 4,0 | 24,0 | 20,0 | 20,0 | 32,0 |
| Compétences techniques | 3 | 16 | 17 | 14 | 25 | 3,5600 | 1,26534 | Important | 9 |
| 4,0 | 21,3 | 22,7 | 18,7 | 33,3 |
| Compétences gestionnaires | 3 | 17 | 7 | 20 | 28 | 3,7067 | 1,29211 | Important | 6 |
| 4,0 | 22,7 | 9,3 | 26,7 | 37,3 |
| Engagement et persévérance | 2 | 12 | 6 | 15 | 40 | 4,0533 | 1,22908 | Important | 1 |
| 2,7 | 16,0 | 8,0 | 20,0 | 53,3 |
| Leadership et esprit d'équipe | 5 | 15 | 7 | 19 | 29 | 3,6933 | 1,34540 | Important | 7 |
| 6,7 | 20,0 | 9,3 | 25,3 | 38,7 |
| Capacité de souplesse, d'adaptation et d'apprentissage | 7 | 14 | 11 | 18 | 25 | 3,5333 | 1,36890 | Important | 11 |
| 9,3 | 18,7 | 14,7 | 24,0 | 33,3 |
| Vision et créativité | 3 | 16 | 12 | 17 | 27 | 3,6533 | 1,27865 | Important | 8 |
| 4,0 | 21,3 | 16,0 | 22,7 | 36,0 |
| Devenir plus entreprenant | 3 | 22 | 10 | 12 | 28 | 3,5333 | 1,35899 | Important | 10 |
| 4,0 | 29,3 | 13,3 | 16,0 | 37,3 |
| Accomplissement, connaissance de soi et confiance personnelle | 6 | 11 | 4 | 14 | 40 | 3,9467 | 1,38421 | Important | 3 |
| 8,0 | 14,7 | 5,3 | 18,7 | 53,3 |
| Éveil, sensibilisation et intérêt à l'égard de la promotion de la culture entrepreneuriale et de l'entrepreneuriat | 6 | 8 | 9 | 10 | 42 | 3,9867 | 1,36058 | Important | 2 |
| 8,0 | 10,7 | 12,0 | 13,3 | 56,0 |
| ***Impact général sur le développement du profil de l’entrepreneur*** | | | | | | 3,7133 | ,97426 | ***Important*** | |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

A travers les données du tableau ci-dessus, nous remarquons que la plupart des répondants considèrent l’impact des services de l’ANSEJ comme étant très important sur les qualités suivantes : 53,3% pour « *Engagement et persévérance »*; 56% pour « *Éveil, sensibilisation et intérêt à l'égard de la promotion de la culture entrepreneuriale et de l'entrepreneuriat* » ; 53,3% pour «*Accomplissement, connaissance de soi et confiance personnelle* » ; 40% pour « *Constitution de relations et de réseaux professionnels* » ; 34,7% pour « Amélioration statut social » et vient en dernier les qualités : *Compétences gestionnaires*, *Leadership et esprit d'équipe*, *Vision et créativité*, *Compétences techniques*, *Devenir plus entreprenant*, *Capacité de souplesse, d'adaptation et d'apprentissage*, *Apprentissage et transfert de connaissance* avec des taux de 37,3% ; 38,7% ; 36% ; 33,3% ; 37,3% ; 33,3% ; et 32% respectivement.

* ***Vérification de l’hypothèse H2 :***

Rappelons que notre hypothèse **H2** suppose que « *l’appui et l’accompagnement proposés par l’ANSEJ n’ont pas eu un impact important sur le développement du profil de l’entrepreneur* ».

Le score moyen de la variable ***l’impact général des services d’appui et d’accompagnement*** proposés par l’ANSEJ sur ***le développement du profil de l’entrepreneur*** est 3,7133 compris entre 3,41- 4,20. En effet, cet impact est qualifié comme étant ***important*** ce qui nous amène à **infirmer** cette hypothèse et conclure que *l’appui et l’accompagnement proposés par l’ANSEJ ont un impact important sur le développement du profil de l’entrepreneur.*

* 1. ***L’impact de l’appui et d’accompagnement sur le développement de l’entreprise créée***

De la même manière nous avons mené l’étude de l’impact des services d’appui et d’accompagnement offerts par l’ANSEJ sur le développement de l’entreprise créée. Le tableau suivant récapitule les résultats obtenus à cette question.

***Tableau N°83 : impact de l’appui de l’ANSEJ sur le développement de l’entreprise créée***

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Pas du tout important | Moins important | Moyen | Important | Très important | Score moyen | écart-type | résultats[[13]](#footnote-14) | ordre |
| Création d’emplois | 1 | 9 | 8 | 12 | 45 | 4,2133 | 1,13057 | Très important | 2 |
| 1,3 | 12,0 | 10,7 | 16,0 | 60,0 |
| Rentabilité de l’entreprise et production de la valeur ajoutée | 0 | 2 | 10 | 21 | 42 | 4,3733 | ,81826 | Très important | 1 |
| 0 | 2,7 | 13,3 | 28,0 | 56,0 |
| Investissement et mise en place de capacité de production | 4 | 6 | 12 | 25 | 28 | 3,8933 | 1,15751 | Important | 4 |
| 5,3 | 8,0 | 16,0 | 33,3 | 37,3 |
| Constitution du capital financier | 5 | 7 | 10 | 26 | 27 | 3,8400 | 1,20853 | Important | 5 |
| 6,7 | 9,3 | 13,3 | 34,7 | 36,0 |
| Facilité du processus de création | 2 | 6 | 8 | 22 | 37 | 4,1467 | 1,07419 | Important | 3 |
| 2,7 | 8,0 | 10,7 | 29,3 | 49,3 |
| ***Impact général sur le développement de l’entreprise créée*** | | | | | | 4,0987 | ,70624 | ***important*** | |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Ce tableau nous renseigne que :

* 56% des répondants considèrent que cet impact est très important sur la « Rentabilité de l’entreprise et production de la valeur ajoutée » ;
* 60% des répondants considèrent que cet impact est très important sur la « Création d’emplois » ;
* 49,3% des répondants considèrent que cet impact est très important sur la « Facilité du processus de création » ;
* 37,3% des répondants considèrent que cet impact est très important sur l’ « Investissement et mise en place de capacité de production » ;
* Et 36% des répondants considèrent que cet impact est très important sur la « Constitution du capital financier ».
* ***Vérification de l’hypothèse H3 :***

A la lecture du tableau, il ressort que ***l’impact général sur le développement de l’entreprise créée*** est ***important*** avec un score moyen de 4,0987 qui est plus supérieur que celui sur le développement du profil de l’entrepreneur.

Ainsi, nous pouvons ***infirmer*** notre hypothèse **H3** intitulée : « *l’appui et l’accompagnement proposés par l’ANSEJ n’ont pas eu un impact important sur le développement de l’entreprise créée*» et conclure que *l’appui et l’accompagnement proposés par l’ANSEJ ont un impact important sur le développement de l’entreprise créée.*

D’autre part, l’impact global (somme de l’impact sur le profil de l’entrepreneur et sur l’entreprise créée) donne un score moyen de 3,90 compris entre 3,41- 4,20, en effet, ***l’impact global est important***.

***Tableau N°84 : mesures de statistiques descriptives de l’impact global***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | N | Minimum | Maximum | Moyenne | Ecart type |
| impactgloba | 75 | 2,30 | 5,00 | 3,9060 | ,69868 |
| N valide (listwise) | 75 |  |  |  |  |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Ainsi, il apparait que le rôle que joue l’ANSEJ dans le développement entrepreneurial est important. Toutefois, il apparait plus important dans les entreprises créées que dans le développement du profil des entrepreneurs. A ce niveau, c’est sur le volet ‘le développement du profil entrepreneurial’ que doit l’ANSEJ déployer et accentuer ses efforts afin de garantir la réussite et la pérennité des entreprise créées. Puisque à la lecture du mécanisme de l’ANSEJ, il ressort qu’il est fondé sur l’hypothèse que l’individu est prêt (en termes d’aptitudes et d’attitudes) à créer son entreprise pour créer son propre emploi et ne lui manque que l’appui financier pour mener à terme son projet alors que en réalité, cet entrepreneur a besoin d’un appui et d’un accompagnement complet (dépassant l’aspect financier) pour qu’il devienne un entrepreneur capable de contribuer au développement économique et à un entrepreneuriat de qualité.

* 1. ***Le niveau de satisfaction***
     1. **le niveau de satisfaction des entrepreneurs envers les services de l’ANSEJ**: Après avoir déterminé l’impact important des services offerts par l’ANSEJ sur le développement entrepreneurial, une question de Likert à 5 points a été posée aux entrepreneurs investigués afin d’évaluer à quel degré sont-ils satisfaits de l’ensemble de ces services.

Les réponses obtenues à cette question sont comme suit :

***Tableau N°85 : le niveau de satisfaction à l’égard de l’appui de l’ANSEJ***

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | pas du tout satisfait | peu satisfait | assez satisfait | plutôt satisfait | tout à fait satisfait | Total |
| Effectifs | 9 | 14 | 18 | 20 | 14 | 75 |
| Pourcentage | 12,0 | 18,7 | 24,0 | 26,7 | 18,7 | 100% |
| Pourcentage cumulé | 12,0 | 30,7 | 54,7 | 81,3 | 100,0 | - |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Ce tableau nous renseigne que la répartition des réponses est convergente (écart-type=1,28708) où 26,7% sont plutôt satisfaits, un même taux de 18,7% pour ceux qui sont peu satisfaits et ceux qui sont tout à fait satisfaits, alors que 12% sont pas du tout satisfaits à l’égard des services d’appui et d’accompagnement offerts par l’ANSEJ.

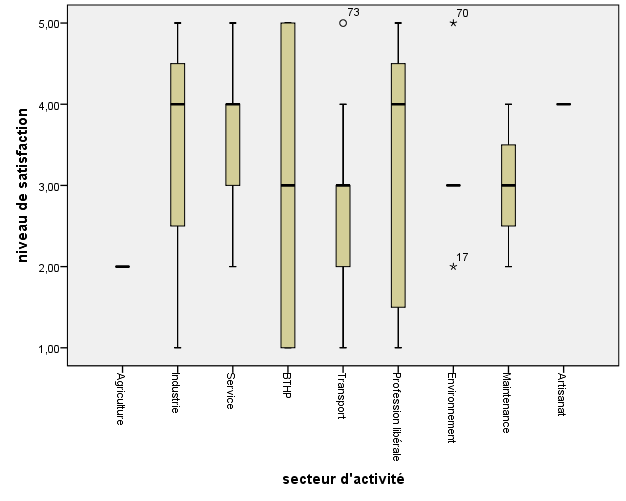
En somme, 45,33% des répondants (soit 34 entrepreneurs sur 75) sont satisfaits (plutôt et tout à fait satisfaits) ; 24% sont moyennement satisfaits (assez satisfaits) et 30,7% des répondants (soit 23 entrepreneurs) ne sont pas satisfaits (peu et pas du tout satisfaits).

* ***Vérification de l’hypothèse H4 :***

Le score moyen du niveau de satisfaction des répondants est égale à 3,2133 compris entre 2,67 et 3,40[[14]](#footnote-15) ce qui qualifie ***le niveau général de satisfaction*** comme étant ***moyen*** malgré l’impact important de l’appui de l’ANSEJ sur l’entrepreneur et son entreprise. Ce résultat nous amène à ***infirmer*** l’hypothèse **H4** qui suggère que « *les entrepreneurs ne sont pas satisfaits de l’appui et de l’accompagnement qui l’ont été accordés par l’ANSEJ*. »

* En rapportant *le niveau de satisfaction au secteur d’activité*, il ressort que ceux qui exercent dans les secteurs de profession libérale, service et industrie se sont montrés plutôt satisfait ; alors que ceux qui exercent dans les autres secteurs se sont montrés plus critiques à l’égard des services de l’ANSEJ comme il est illustré dans cette figure :

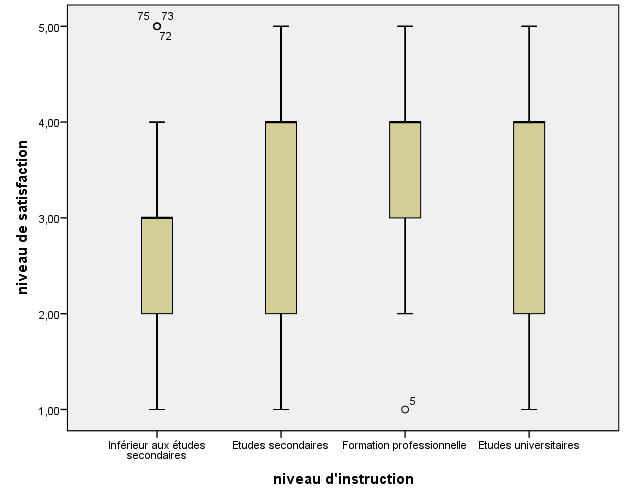
***Figure N° 32: répartition du niveau de satisfaction par rapport au secteur d’activité***



***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

* Dans le même ordre d’idées, nous remarquons que ceux ayant un niveau inférieur aux études secondaires se sont distingués des autres avec leur niveau de satisfaction critique aux services de l’ANSEJ.

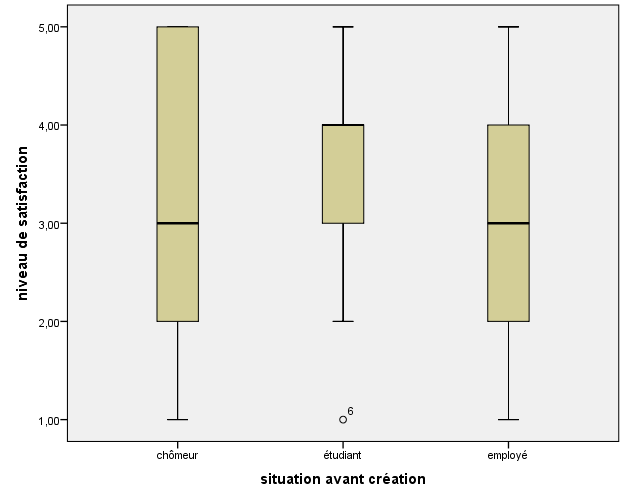
***Figure N° 33: répartition du niveau de satisfaction par rapport au niveau d’instruction***



***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

* Concernant la situation avant la création d’entreprise, il est surprenant que les étudiants se sont montrés plus satisfaits (plutôt satisfaits) des services de l’ANSEJ. Alors que les employés à l’instar des chômeurs- à qui l’ANSEJ destine ses services- se sont montrés plus critiques (assez satisfaits) envers les services de l’ANSEJ.

***Figure N° 34: répartition du niveau de satisfaction par rapport la situation antérieure de l’entrepreneur***



***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

De ces résultats, il ressort que ceux les plus instruits exerçant dans des secteurs plus intéressants sont les plus satisfaits des services offerts par l’ANSEJ. Nous pouvons expliquer à ce niveau que les moins instruits choisissent les secteurs les plus faciles à pénétrer mais qui sont les plus dépendants de l’aide de l’autrui. De cette perspective, ils sont les plus critiques aux services offerts par l’ANSEJ.

* + 1. **les entrepreneurs, veulent-ils être accompagnés par l’ANSEJ pour l’avenir**: Suite à la question si les entrepreneurs veulent être accompagnés par l’ANSEJ pour l’avenir, 32% des enquêtés ont répondu par négation c'est-à-dire il ne cherche plus à solliciter l’appui de l’ANSEJ contre 68% qui veulent continuer à exercer sous l’égide de l’ANSEJ.

***Tableau N°86 : vouloir être accompagné par l'ANSEJ dans les années prochaines***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | non | 24 | 32,0 | 32,0 | 32,0 |
| oui | 51 | 68,0 | 68,0 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 |  |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Ces résultats sont conformes au fait que 30,7% des répondants ne sont pas satisfait (peu et pas du tout satisfaits) des services de l’ANSEJ contre 69,3% qui le sont (assez, plutôt et tout à fait satisfaits).

* + 1. **avoir bénéficié d’un crédit d’extension**: Rappelant que 68% des enquêtés veulent continuer avec l’ANSEJ et où l’âge moyen des entreprises enquêtées est 5 ans dont plus que la moitié (52%) ont été créées avant l’an 2011. Cependant, uniquement 6,7% des entreprises enquêtées ont pu bénéficier d’un crédit d’extension contre une quasi-totalité 93,3% qui n’ont pas eu cet appui.

***Tableau N°87 : avoir bénéficié d'un crédit d'extension***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | non | 70 | 93,3 | 93,3 | 93,3 |
| oui | 5 | 6,7 | 6,7 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 |  |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

A ce niveau, nous pouvons investiguer sur la fiabilité des services de l’ANSEJ de suivi des accompagnés puisque il s’agit des mêmes conditions et les mêmes offres pour l’extension mais une minorité qui peut en bénéficier !

* + 1. **les entrepreneurs, recommandent-ils l’ANSEJ aux autres personnes souhaitant créer une entreprise ?** À l’instar des résultats précédents (le niveau de satisfaction et vouloir continuer avec l’ANSEJ), 22,7% des entrepreneurs enquêtés avouent qu’ils ne vont pas recommander l’ANSEJ aux autres personnes souhaitant créer une entreprise. Cette perception négative à l’égard de l’ANSEJ la justifient les entrepreneurs par les raisons suivantes (d’après les propos des entrepreneurs) :
* par expérience, elle n’offre pas un vrai accompagnement surtout le suivi après la création de l’entreprise ;
* s’entretenir avec l’ANSEJ est difficile et nous perd beaucoup de temps de plus à la complication des procédures administratives et ses obstacles ;
* il n’est pas bénéfique de travailler avec l’ANSEJ, notamment pour le remboursement des crédits ;
* il est alors préférable de bâtir son entreprise avec ses propres moyens que de s’endetter.

Autres personnes ont évoqué des raisons rapportant aux croyances religieuses et éthiques vis-à-vis les crédits à taux d’intérêt.

En revanche, 77,3% des répondants affirment qu’ils vont recommander l’ANSEJ à toute personne désireuse de créer une entreprise pour les raisons suivantes (d’après les propos des entrepreneurs) :

* l’ANSEJ est une source importante pour le financement ;
* pour bénéficier des avantages financiers et fiscaux ;
* pour assurer un revenu ou créer son propre emploi et échapper au chômage ;
* pour bénéficier de son encadrement, son soutien financier, technique et moral ;
* c’est le meilleur partenaire pour réussir son projet ;
* pour faciliter le processus de création d’entreprise.

Après avoir examiné l’impact des services de l’ANSEJ et le niveau de satisfaction des entrepreneurs, nous passons maintenant à examiner comment ils évaluent la qualité de ces services.

* 1. ***Qualité des services d’appui et d’accompagnement offerts par de l’ANSEJ***
     1. **la durée moyenne pour créer son entreprise**: Un des premiers aspects pour examiner la qualité des services de l’ANSEJ est la durée requise pour créer une entreprise dans le cadre du dispositif ANSEJ. D’après les résultats obtenus, la durée est 20,72 mois c'est-à-dire presque un an et 8 mois où la durée minimale est une semaine et la durée maximale est 5 ans.

***Tableau N°88 : la durée requise pour la création de l'entreprise (en mois)***

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Durée en mois** | ,23 | 1 | 3 | 4 | 6 | 9 | 10 | 12 | 18 | 24 | 30 | 36 | 39 | 48 | 60 | **Total** |
| **Effectifs** | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 24 | 5 | 15 | 2 | 14 | 1 | 2 | 1 | **75** |
| **Pourcentage** | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 6,7 | 1,3 | 1,3 | 32,0 | 6,7 | 20,0 | 2,7 | 18,7 | 1,3 | 2,7 | 1,3 | **100,0** |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Ainsi, la durée la plus enregistrée est un an avec un taux de 32% des répondants, 20% des réponses concernaient 2 ans et 18% concernaient 3 ans. Ces résultats sont bien évidemment très loin des instructions de création d’entreprises au sein de l’ANSEJ qui devait ne pas dépasser 21 jours, mais la réalité de la pratique de ces instructions est loin de la théorie.

* + 1. **la relation avec l’ANSEJ avant et après la création de l’entreprise**: Une autre question cherchait à examiner le temps que consacre l’entrepreneur dans ses différents contacts avec l’ANSEJ avant et après la création d’entreprise. Dans le traitement des réponses à cette questions nous avons gardé 35 réponses exploitables puisque le reste des réponses n’est pas quantifiable (où ils ont utilisé des réponses telles que souvent, parfois…).

Un premier constat à l’analyse des réponses est que le temps consacré avant la création est 133% plus que celui consacré après la création d’entreprise.

Par ailleurs, le temps moyen avant la création est 137,37 jours (4 mois et 17 jours), le temps le plus répété est 60 jours (2 mois), 50% des réponses sont inférieures à 75 jours (2 mois et 15 jours).

Après la création de l’entreprise, le temps moyen est 102,60 jours (3 mois et 12 jours), le temps le plus répété est 30 jours (1 mois), 50% des réponses sont inférieures à 30 jours (1 mois).

Ces résultats sont conformes à la longueur de la durée requise pour créer une entreprise au sein de l’ANSEJ. Cependant, comme nous renseigne la théorie, ce temps perdu coute énormément à ces entrepreneurs en termes d’énergie et d’argent qui devaient être utilisés dans des opérations plus rentables.

* + 1. **évaluation de la qualité des services de l’ANSEJ avant la création de l’entreprise**: Nous avons déterminé huit services constituant l’appui et l’accompagnement que peuvent être offerts par l’ANSEJ avant la création de l’entreprise. Le traitement des résultats relatifs à l’évaluation de la qualité de ses services sont récapitulés dans ce tableau :

***Tableau N° 89: qualité des services d’appui et d’accompagnement de l’ANSEJ avant la création de l’entreprise***

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Très mauvaise | mauvaise | moyenne | bonne | Très bonne | Score moyen | écart-type | résultats[[15]](#footnote-16) | ordre |
| La diffusion des informations qui concernent les subventions octroyées | 4 | 5 | 24 | 21 | 21 | 3,6667 | 1,11904 | Bonne | 1 |
| 5,3 | 6,7 | 32,0 | 28,0 | 28,0 |
| Organisation des salons d’exposition et mise en réseau | 12 | 18 | 20 | 16 | 9 | 2,8933 | 1,25820 | Moyenne | 6 |
| 16,0 | 24,0 | 26,7 | 21,3 | 12,0 |
| Présentation des conseils réglementaires | 14 | 13 | 16 | 17 | 15 | 3,0800 | 1,40231 | Moyenne | 4 |
| 18,7 | 17,3 | 21,3 | 22,7 | 20,0 |
| L’accueil, l’orientation et le suivi | 8 | 11 | 21 | 13 | 22 | 3,4000 | 1,33558 | Moyenne | 2 |
| 10,7 | 14,7 | 28,0 | 17,3 | 29,3 |
| Formation | 17 | 14 | 28 | 11 | 5 | 2,6400 | 1,18139 | Mauvaise | 7 |
| 22,7 | 18,7 | 37,3 | 14,7 | 6,7 |
| L’appui financier et fiscal | 6 | 7 | 28 | 21 | 13 | 3,3733 | 1,12434 | Moyenne | 3 |
| 8,0 | 9,3 | 37,3 | 28,0 | 17,3 |
| Mise en relation avec les autres administrations | 14 | 23 | 22 | 11 | 5 | 2,6000 | 1,15079 | Mauvaise | 8 |
| 18,7 | 30,7 | 29,3 | 14,7 | 6,7 |
| Soutien moral | 14 | 13 | 19 | 12 | 17 | 3,0667 | 1,41740 | Moyenne | 5 |
| 18,7 | 17,3 | 25,3 | 16,0 | 22,7 |
| ***Qualité des services d’appui et d’accompagnement avant la création de l’entreprise*** | | | | | | **3,0900** | **0,90922** | ***Moyenne*** | |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Les services sont classés par ordre décroissant par rapport à leur score moyen comme suit :

* Diffusion des informations qui concernent les subventions octroyées où 28% des répondants la qualifient très bonne ;
* Accueil, orientation et suivi où 29,3% des répondants la qualifient très bonne ;
* Appui financier et fiscal où 17,3% des répondants la qualifient très bonne ;
* Présentation des conseils réglementaires où 20% des répondants la qualifient très bonne ;
* Soutien moral où 22,7% des répondants la qualifient très bonne ;
* Organisation des salons d’exposition et mise en réseau où 12% des répondants la qualifient très bonne ;
* Formation où 6,7% seulement des répondants la qualifient très bonne ;
* Mise en relation avec les autres administrations où 6,7% seulement des répondants la qualifient très bonne.
* ***Vérification de l’hypothèse H5 :***

L’hypothèse **H5** à vérifier dans cette partie suppose que « *la qualité des services offerts par l’ANSEJ avant la création de l’entreprise est qualifiée de très bonne par les entrepreneurs*. »

Le tableau ci-dessus nous renseigne que ***la qualité générale des services d’appui et d’accompagnement avant la création d’entreprise*** est ***moyenne*** avec un score moyen de 3,09 ce qui nous amène à ***infirmer*** notre hypothèse H5.

* + 1. **évaluation de la qualité des services de l’ANSEJ après la création de l’entreprise**: De la même manière nous présentons l’évaluation de la qualité des services d’appui et d’accompagnement après la création de l’entreprise :

***Tableau N° 90: qualité des services d’appui et d’accompagnement de l’ANSEJ après la création de l’entreprise***

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Très mauvaise | mauvaise | moyenne | bonne | Très bonne | Score moyen | écart-type | résultats | ordre |
| La diffusion des informations qui concernent les subventions octroyées | 11 | 8 | 21 | 15 | 20 | 3,3333 | 1,36890 | Moyenne | 1 |
| 14,7 | 10,7 | 28,0 | 20,0 | 26,7 |
| Organisation des salons d’exposition et mise en réseau | 16 | 7 | 22 | 15 | 15 | 3,0800 | 1,40231 | Moyenne | 3 |
| 21,3 | 9,3 | 29,3 | 20,0 | 20,0 |
| Présentation des conseils réglementaires | 19 | 9 | 17 | 19 | 11 | 2,9200 | 1,41192 | Moyenne | 5 |
| 25,3 | 12,0 | 22,7 | 25,3 | 14,7 |
| L’accueil, l’orientation et le suivi | 16 | 8 | 21 | 17 | 13 | 3,0400 | 1,37978 | Moyenne | 4 |
| 21,3 | 10,7 | 28,0 | 22,7 | 17,3 |
| Formation | 26 | 14 | 20 | 11 | 4 | 2,3733 | 1,24958 | Mauvaise | 8 |
| 34,7 | 18,7 | 26,7 | 14,7 | 5,3 |
| L’appui financier et fiscal | 12 | 9 | 25 | 20 | 9 | 3,0667 | 1,23391 | Moyenne | 2 |
| 16,0 | 12,0 | 33,3 | 26,7 | 12,0 |
| Mise en relation avec les autres administrations | 19 | 23 | 16 | 10 | 7 | 2,5067 | 1,26676 | Mauvaise | 7 |
| 25,3 | 30,7 | 21,3 | 13,3 | 9,3 |
| Soutien moral | 23 | 8 | 13 | 16 | 15 | 2,8933 | 1,53846 | Moyenne | 6 |
| 30,7 | 10,7 | 17,3 | 21,3 | 20,0 |
| ***Qualité des services d’appui et d’accompagnement avant la création de l’entreprise*** | | | | | | 2,9000 | 1,09841 | ***Moyenne*** | |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Il ressort de ce tableau que le classement des services n’a pas vraiment changé bien que les taux attribués à la classe très bonne ont sensiblement diminué :

* Diffusion des informations qui concernent les subventions octroyées où 26,7% des répondants la qualifient très bonne ;
* Appui financier et fiscal où 12% des répondants la qualifient très bonne ;
* Organisation des salons d’exposition et mise en réseau où 20% des répondants la qualifient très bonne. Ce service est le seul qui a connu une amélioration considérable après la création de l’entreprise ;
* Accueil, orientation et suivi où 17,3% des répondants la qualifient très bonne ;
* Présentation des conseils réglementaires où 14,7% des répondants la qualifient très bonne ;
* Soutien moral où 20% des répondants la qualifient très bonne ;
* Mise en relation avec les autres administrations où 9,3% des répondants la qualifient très bonne. (une amélioration légère après la création de l’entreprise) ;
* Formation où 5,3% seulement des répondants la qualifient très bonne ;
* ***Vérification de l’hypothèse H6 :***

L’hypothèse **H6** à vérifier dans cette partie suppose que « *la qualité des services offerts par l’ANSEJ après la création de l’entreprise est qualifiée de très bonne par les entrepreneurs* ». Du tableau précédant, il ressort que ***la qualité générale des services d’appui et d’accompagnement après la création de l’entreprise*** est également ***moyenne*** avec un score moyen de 2,90 ce qui nous ramène encore une fois à ***infirmer*** notre hypothèse H6.

Par ailleurs, la qualité générale (qui est somme de la qualité avant et après la création de l’entreprise) donne un score moyen de 2,99. C'est-à-dire en somme, la qualité des services d’appui et d’accompagnement offerts par l’ANSEJ est moyenne bien que la qualité de ces services avant la création est mieux que celle après la création d’entreprise.

***Tableau N° 91: mesures de statistiques descriptives de la qualité générale***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | N | Minimum | Maximum | Moyenne | Ecart type |
| qualitegeneral | 75 | 1,13 | 5,00 | 2,9950 | ,94979 |
| N valide (listwise) | 75 |  |  |  |  |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

En effet, c’est au niveau de la phase de suivi que doit l’ANSEJ accentuer ses efforts et améliorer ses services en matière : des procédures administratives notamment les délais des traitements des dossiers et la concrétisation des projets ; de formation ; de coordination avec les autres administrations ; de soutien moral, et les conseils dans le domaine de la réglementation.

D’autre part, la qualité moyenne des services d’appui et d’accompagnement correspond au niveau moyen de satisfaction à l’égard de ces services comme nous l’avons motionné précédemment.

* 1. ***Les raisons du choix de l’ANSEJ***
     1. **Le recours aux autres organismes d’aide à l’entrepreneuriat**: A partir de cette question, nous avons cherché à savoir à qui les entrepreneurs ont fait appel-mise à part l’ANSEJ-pour obtenir un accompagnement et des conseils afin de concrétiser leurs projets.

Il est frappant de constater que seulement 13,3% des enquêtés (soit 10 entrepreneurs) qui ont déclaré d’avoir sollicité l’aide des autres organismes d’appui à la création d’entreprises, il s’agissait de l’ANGEM, l’ANDI, la CNAC et l’incubateur de Sidi Abdallah. Malgré la multitude des organismes existants qui offrent presque le même appui dans les mêmes conditions que celles de l’ANSEJ, mais la plupart des entrepreneurs 86,7% (soit 65 enquêtés) n’ont eu recours qu’à l’ANSEJ.

Les justifications avancées par ces derniers sont : ils nient qu’ils existent d’autres organismes dans le domaine d’appui et d’accompagnement à l’entrepreneuriat : 40% (soit 26 sur 65 entrepreneurs) ; pour d’autres, l’appui qu’offre l’ANSEJ est suffisant : 12,30% ; il n’est pas facile d’accéder aux autres organismes c'est-à-dire, pour une partie d’entrepreneurs, ils sont méfiants des autres organismes et l’ANSEJ avec son expérience est la meilleure dans ce domaine sachant que les services proposés sont équivalents.

Ces raisons expliquent bien pourquoi l’ANSEJ connait une surcharge de demandeurs de son appui par rapport aux autres organismes malgré ils ont presque le même régime avec es mêmes condition d’éligibilité (comme nous l’avons déterminé dans le chapitre 4).

* + 1. **comment avoir connu l’ANSEJ**: Il apparait que les média (les publicités, la presse écrite, l’audio visuel, les sites web…etc.) jouent un rôle crucial pour faire connaitre l’ANSEJ dans la société puisque 44% des réponses obtenues concernaient les média comme une source par laquelle les entrepreneurs ont connu l’ANSEJ. En deuxième position, c’est les amis avec un taux de 31,39% des réponses suivis en troisième position par la famille avec un pourcentage de 16,27%. Enfin, les entrepreneurs ont cité les relations professionnelles, les brochures et l’annuaire des micros entreprises créées par l'ANSEJ, les entrepreneurs et les maisons de jeunes.
    2. **les causes du recours à l’ANSEJ**: Cette question est à choix multiple, en effet, nous avons obtenu 161 réponses pour déterminer les causes du recours à l’ANSEJ. Les fréquences et les pourcentages des réponses obtenues sont présentés dans le tableau suivant :

***Tableau N°92 : les causes de recours à l’ANSEJ***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Cause | Fréquences | Pourcentage% |
| Rechercher des financements | 58 | 36,02 |
| Pour bénéficier des avantages fiscaux et financiers | 51 | 31,67% |
| Besoin d’être accompagné et diminuer le risque lié à l’activité de création d’entreprise | 21 | 13,04 |
| Inspiration de la réussite d’autres entrepreneurs accompagnés par l’ANSEJ | 14 | 8,69 |
| Influence des médias | 9 | 5,59 |
| Avoir des conseils, formations et suivi | 6 | 3,72 |
| Autres (chômage) | 2 | 1,24 |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Ce tableau nous renseigne que pour la plupart, il s’agit de l‘aspect financier où 36,02% des réponses concernaient la *recherche des financements* et 31,67% pour *bénéficier des avantages fiscaux et parafiscaux*. Par ailleurs, 13,04% des réponses citent le *besoin d’être accompagné et diminuer le risque lié à l’activité de création d’entreprise* comme une cause pour le recours à l’ANSEJ et *l’inspiration de la réussite d’autres entrepreneurs accompagnés par l’ANSEJ* a été citée 14 fois seulement (sur 161 réponses soit 8,69%). Enfin, en dernières positions, vient *l’influence des médias*, pour *Avoir des conseils, formations et suivi* et autres raisons notamment le *chômage* avec des taux de 5,59% ; 3,72% ; et 1,24% respectivement.

Ainsi, nous constatons que le recours à l’ANSEJ est loin pour qu’elle soit une structure d’appui et d’accompagnement, mais plutôt, elle est considérée comme une source de financement qui substitue actuellement le rôle des banques et les établissements financiers dans le financement de l’entrepreneuriat. Ces derniers sont difficiles d’y accéder à cause de leurs conditions et procédures jugées compliquées par les entrepreneurs mais aussi parce que l’ANSEJ offre des crédits à taux d’intérêts bonifiés.

* 1. ***Les attentes des entrepreneurs***

Il s’agit dans cette partie de faire exprimer les entrepreneurs sur leurs attentes et leurs besoins en matière d’appui et d’accompagnement.

* + 1. **Domaines d’appui sollicités par les entrepreneurs**: Les réponses relatives à cette question sont comme suit :

***Tableau N° 93: les domaines d’appui sollicités par les entrepreneurs***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Domaine d’appui | Fréquences | Pourcentage % |
| La réglementation et les normes | 31 | 24,40 |
| Le financement des entreprises | 29 | 22,83 |
| Les technologies et les innovations | 26 | 20,47 |
| La situation de la concurrence (le contexte du marché en général) | 20 | 15,74 |
| La formation à l’entrepreneuriat | 18 | 14,17 |
| Autres (exportation) | 3 | 2,36 |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

Selon les résultats illustrés dans le tableau ci-dessus, les répondants ne sont pas conscients de l’importance de la formation à l’entrepreneuriat afin d’exercer leur métier d’entrepreneur au mieux et ainsi, pérenniser et développer leurs entreprises puisque cet item n’a été cité que 18 fois sur 127 réponses. En dernière position vient le domaine d’exportation (cité 3 fois). Par contre, il apparait que les domaines de la réglementation, de financement, de technologie et du marché sont les plus sollicités avec des taux de réponses de 24,40% ; 22,83% ; 20,47% et 15,74% respectivement.

Cette répartition montre à quel point les entrepreneurs trouvent des difficultés dans le suivi de la tendance et les changements de l’environnement dans lequel ils exercent leurs activités.

* + 1. **ce qu’il faut faire pour réussir et pérenniser son entreprise**: Nous avons demandé aux entrepreneurs de déterminer ce qu’il faut faire pour réussir un projet. Les résultats obtenus sont comme suit :

***Tableau N°94 : quel appui pour réussir la création d’entreprise***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Fréquences | Pourcentage % |
| L'accompagnement d'un expert lors des premières étapes de la création d'une entreprise | 33 | 23,23 |
| La diversification des sources de financement | 29 | 20,42 |
| Suivre des cours de création d'entreprise et de l’entrepreneuriat | 25 | 17,60 |
| Organiser des ateliers d'assistance en management | 22 | 15,49 |
| Développer les campagnes d'aide à la création | 19 | 13,38 |
| Le passage par une pépinière d'entreprises | 11 | 7,74 |
| Autres | 3 | 2,11 |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

D’après ce tableau, nous constatons que les entrepreneurs estiment que la réussite comme étant entrepreneur nécessite un *accompagnement d'un expert lors des premières étapes de la création d'une entreprise* (cité 33 fois) ; La diversification des sources de financement (citée 29 fois) ; Suivre des cours de création d'entreprise et de l’entrepreneuriat (cité 25 fois) ; Organiser des ateliers d'assistance en management(cité 22 fois) ; Développer les campagnes d'aide à la création (cité 19 fois) ; Le passage par une pépinière d'entreprises (cité 11 fois). Par ailleurs, 3 réponses obtenues concernaient les attitudes d’un entrepreneur ; il s’agit des qualités de persévérance et ambition.

* + 1. **ce que les entrepreneurs attendent des organismes d’appui et d’accompagnement à l’entrepreneuriat**: Selon les réponses recensées, les attentes des entrepreneurs enquêtés envers les organismes d’aides sont d’après leurs propos comme suit :
* le soutien financier notamment les crédits sans intérêts, le rééchelonnement des dettes, le financement dans les différentes phases d’exploitation !
* faciliter les crédits d’extension pour l‘expansion des projets ;
* l’appui au foncier industriel ;
* moins de paperasse et plus de facilitations au niveau des différentes administrations pour gagner plus de temps et donc d’efficacité ;
* accompagnement, formation et aide dans les études du marché ;
* aide et appui à l’exportation ;
* le soutien moral ;
* diversification et développement des projets à créer ;
* renforcement des conditions d’éligibilité afin de garantir la pérennité des entreprises à créer ;
* une attente négative : « rien », soit parce qu’ils sont satisfaits ou ils ne veulent plus solliciter l’aide d’un organisme surtout pour ne pas s’endetter.

1. ***Autres résultats de l’étude auprès des entrepreneurs***

Afin d’aller plus loin et pour une étude plus approfondie pour mieux comprendre l’impact de l’accompagnement et des services offerts par l’ANSEJ sur le développement entrepreneurial (le développement du profil des entrepreneurs et le développement des entreprises créées), nous allons tester la dépendance entre certaines variables notamment l’impact global de services de l’ANSEJ, la qualité de ces derniers et la satisfaction des entrepreneurs envers ces services.

Ainsi, nous proposons des hypothèses supplémentaires comme suit :

***Pour l’impact global des services de l’ANSEJ***

**H1** : il existe un lien entre l’impact global et la situation antérieure de l’entrepreneur

**H2** : il existe un lien entre l’impact global et le niveau d’instruction de l’entrepreneur

**H3** : il existe un lien entre l’impact global et les motivations de l’entrepreneur

**H4**: il existe un lien entre l’impact global et les difficultés qu’affronte l’entrepreneur

***Pour le niveau de satisfaction des entrepreneurs***

**H5** : il existe un lien entre la satisfaction de l’entrepreneur et l’impact global des services de l’ANSEJ

**H6** : il existe un lien entre la satisfaction de l’entrepreneur et son niveau d’instruction

**H7** : il existe un lien entre la satisfaction de l’entrepreneur et sa situation avant création d’entreprise

**H8** : il existe un lien entre la satisfaction de l’entrepreneur et le secteur d’activité choisi

***Pour la qualité des services de l’ANSEJ***

**H9** : il existe une dépendance entre la qualité globale des services de l’ANSEJ et leur impact global

**H10** : il existe une dépendance entre la qualité globale des services de l’ANSEJ et la satisfaction de l’entrepreneur.

Prenant en considération la formulation de ces hypothèses (contenant deux variables), nous appliquons une analyse bi-variée pour les vérifier en utilisant particulièrement les tests de khi-deux (quand il s’agit de deux variables qualitatives), les tests ANOVA (quand il s’agit d’une variable qualitative et une autre quantitative) et enfin les tests de R (quand il s’agit de deux variables quantitatives)[[16]](#footnote-17) en utilisant toujours le logiciel IBM SPSS version 21.

Nous pouvons résumer la procédure utilisée et les résultats de vérification de ces hypothèses dans ce tableau

***Tableau N°95 : procédure de validation des hypothèses***

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| hypothèse | Variable dépendante | Nature de la variable dépendante | Variable indépendante | Nature de la variable indépendante | Test utilisé | Valeur de ρ (signification) | Résultats du test[[17]](#footnote-18) |
| **H1** | impact global | Quantitative | situation antérieure | Qualitative | ANOVA | 0,875 | Infirmée (accepter H0) |
| **H2** | impact global | Quantitative | niveau d’instruction | Qualitative | ANOVA | 0,714 | Infirmée (accepter H0) |
| **H3** | impact global | Quantitative | motivations | Quantitative | R | 0,01 | Confirmée (rejeter H0) |
| **H4** | impact global | Quantitative | difficultés | Quantitative | R | 0,113 | Infirmée (accepter H0) |
| **H5** | Satisfaction | Qualitative | impact global | Quantitative | ANOVA | 0,254 | Infirmée (accepter H0) |
| **H6** | Satisfaction | Qualitative | niveau d’instruction | Qualitative | Khi-deux | 0,544 | Infirmée (accepter H0) |
| **H7** | Satisfaction | Qualitative | situation antérieure | Qualitative | Khi-deux | 0,075 | Infirmée (accepter H0) |
| **H8** | Satisfaction | Qualitative | secteur d’activité | Qualitative | Khi-deux | 0,129 | Infirmée (accepter H0) |
| **H9** | impact global | Quantitative | qualité globale | Quantitative | R | 0,000 | Confirmée (rejeter H0) |
| **H10** | Satisfaction | Qualitative | qualité globale | Quantitative | ANOVA | 0,03 | Confirmée (rejeter H0) |

***Source : résultats de l’analyse des données empiriques***

* Ainsi, un premier test a été appliqué aux variables ‘impact global’ et ‘situation antérieure’ afin de vérifier l’hypothèse **H1** avec l’hypothèse nulle *H0* qui suppose toujours qu’il n’existe pas de lien entre les deux variables. Ce test a donné une valeur de la statistique F égale à 0,134 avec un P (signification) de 0,875 qui est supérieur à 0,05 ce qui signifie que nous devons accepter l’hypothèse nulle et infirmons notre hypothèse H1 c'est-à-dire qu’il n’y a pas un lien entre la situation antérieure de l’entrepreneur et l’impact global des services de l’ANSEJ;
* De la même manière pour le niveau d’instruction. Le test de l’hypothèse **H2** donne un F égale à 0,456 et un P égale à 0,714 qui est supérieur à 0,05. En effet, nous acceptons l’hypothèse nulle et infirmons notre hypothèse H2 c'est-à-dire qu’il n’y a pas un lien entre le niveau d’instruction de l’entrepreneur et l’impact global des services de l’ANSEJ;
* Pour vérifier l’hypothèse **H3**, nous avons eu recours au calcul du coefficient de corrélation R pour tester l’existence d’une relation entre l’impact global et les motivations de l’entrepreneur. Le résultat du test donne un R égale à 0,381 qui est positif et très significatif puisque P est de 0,01 qui est inférieur à 0,05 ce qui confirme l’existence d’une dépendance entre les motivations des entrepreneurs et l’impact global des services de l’ANSEJ. Ainsi, nous refusons l’hypothèse nulle et nous confirmons cette hypothèse H3.

Cependant, dans le détail de la nature des motivations, il apparait que le lien entre les motivations négatives et l’impact global n’est pas significatif. En effet, les entrepreneurs motivés par des considérations positives apprécient plus l’impact global des services de l’ANSEJ que ceux mobilisés par des motivations négatives.

* Le même procédé a été suivi pour tester l’hypothèse **H4**. Le coefficient de corrélation entre l’impact global et les difficultés qu’affronte l’entrepreneur est négatif (- 0,185) mais il n’est pas significatif puisque P égale à 0,113 qui est supérieur à 0,05. Ce résultat nous permet de conclure qu’il n’y a pas un lien entre l’impact global et les difficultés entravant le parcours des entrepreneurs ce qui nous amène à accepter l’hypothèse nulle et infirmer l’hypothèse H4 ;
* Pour tester l’hypothèse **H5**, nous avons utilisé le test ANOVA. Ce test a donné un P égale à 0,254 qui est supérieur à 0,05 ce qui nous amène à accepter l’hypothèse nulle c'est-à-dire qu’il n’existe pas une dépendance entre l’impact global des services offerts par l’ANSEJ et la satisfaction des entrepreneurs envers ces services. En effet nous infirmons l’hypothèse H5 ;
* Les hypothèses **H6**, **H7** et **H8** ont été infirmées en utilisant le test khi-deux qui a donné pour chacune des hypothèses respectivement : un x2 égale à 10,821 ; 14,282 ; 41,165 et un degré de liberté (ddl) égale à 12 ; 8 ; 32 et un P de signification égale à 0,544 ; 0,075 ; 0,129 qui sont tous supérieurs à 0,05 ce qui nous conduit à l’acceptation de l’hypothèse nulle (absence de lien entre les variables) et ainsi nous infirmons les hypothèses H6, H7 et H8. En d’autres termes, ces résultats prononcent qu’il n’existe pas un lien entre le niveau de satisfaction d’un côté et le niveau d’instruction, la situation antérieure et le secteur d’activité choisi de l’autre côté[[18]](#footnote-19).
* L’hypothèse **H9** concerne la relation entre la qualité des services d’appui et l’impact global de ces derniers. Le calcul du coefficient de corrélation donne un R égale à 46% avec un P de 0,00 qui est inférieur à 0,05 (rejeter l’hypothèse nulle). Ce résultat confirme qu’il existe une relation forte, positive et significative entre la qualité globale et l’impact global. En effet l’hypothèse H9 est confirmée. De plus, il apparait que la qualité avant la création d’entreprise influe l’impact global plus que la qualité après la création puisque le R de la qualité avant la création qui égale à 0,516 avec un P de 0,000 est supérieur au R de la qualité après la création qui égale à 0,371 avec un P de 0,001 ;
* La dernière hypothèse **H10** a été confirmée en utilisant le test ANOVA qui a donné un P de 0,03 qui est inférieur à 0,05. Ainsi, nous rejetons l’hypothèse nulle ce qui nous permet de confirmer l’hypothèse H10 qui affirme que la satisfaction des entrepreneurs dépend de la qualité globale des services de l’ANSEJ.

Pour conclure, il apparait de l’analyse de ces hypothèses que la variable « qualité des services de l’ANSEJ » est déterminante pour décider l’impact des services de l’ANSEJ et la satisfaction des entrepreneurs. Une deuxième conclusion est que l’impact global des services offerts par l’ANSEJ dépend des motivations des entrepreneurs sans qu’il soit influé des caractéristiques des entrepreneurs ou les difficultés qu’ils entravent.

De la même manière, les entrepreneurs n’expriment leur satisfaction que par rapport à la qualité des services qu’ils ont reçus sans qu’ils prennent en considération l’impact qu’a pu ces services généré sur leur carrière ou sur leurs entreprises. Ceci est vrai pour tous les entrepreneurs quel que soit leur niveau d’instruction, leur situation antérieure ou le secteur dans lequel ils exercent.

En fin, après avoir examiné les différents résultats et les différentes hypothèses obtenus de cette enquête auprès des entrepreneurs accompagnés par l’ANSEJ, nous passons dans ce qui suit à l’interprétation et la discussion des résultats de cette étude empirique.

***Section 3 : Interprétation et discussion des résultats de l’étude empirique***

Les résultats de cette étude empirique sur l’évaluation des différents services d’appui et d’accompagnement et leur impact sur l’entrepreneur et son entreprise nous ont amené à relever un certain nombre de constats intéressants. Rappelant que l’objectif de cette étude était de recenser les perceptions des entrepreneurs quant à l’impact des services de l’ANSEJ, l’évaluation de leur qualité et de définir le profil des entrepreneurs et les caractéristiques des entreprises créées par ces derniers dans le cadre du dispositif ANSEJ.

1. ***L’ANSEJ n’attire pas les chômeurs uniquement***

Rappelant qu’une des conditions d’éligibilité au dispositif ANSEJ est être chômeur. Un des premiers constats de notre étude terrain est que notre échantillon est composé d’individus expérimentés: plus de la moitié soit 54,7% étaient des employés, 17% des étudiants et 28% des chômeurs. Avec une moyenne de 6,33 ans d’expérience professionnelle et dans le même secteur d’activité de l’entreprise créée pour 67% de notre échantillon. Par ailleurs, seulement 8% de ces entrepreneurs qui ont déjà créé une entreprise alors que 37,3% ont affirmé qu’ils ont déjà exercé dans l’informel.

Cette grande proportion d’employés montre qu’ils sont motivés à la création d’entreprise soit par une situation professionnelle non satisfaisante ou bien une découverte d’opportunité d’affaire plus importante. Au fait ces entrepreneurs sont plus susceptibles de disposer des réseaux relationnels et une expérience connaissance notamment techniques et ont l’occasion d’observer les besoins du marché pour identifier les occasions d’affaires.

Ce point est confirmé du fait que l’idée de projet vient principalement de l’expérience professionnelle antérieure d’après les résultats de cette enquête.

1. ***Quelles caractéristiques des entreprises créées dans le cadre du dispositif ANSEJ***

D’après les résultats de notre recherche, les caractéristiques des entreprises de notre échantillon sont :

* ***Secteur d’activité*** : le secteur des services est représenté avec un taux de 22,7% ; 21,33% pour l’industrie ; 17,33% pour le transport et 16% pour les professions libérales tandis que les secteurs d’environnement, BTHP, maintenance, agriculture et l’artisanat sont moins représentées avec des taux de 8%, 6,7%, 2,6% et 1,3% respectivement.
* ***Type de marché*** : les entrepreneurs investigués œuvrent majoritairement sur le niveau local soit 57,7% et 34,7% sur le niveau national alors que 6,7% ciblent des marchés internationaux. Ces résultats sont conformes au contexte de l’économie nationale et à la taille de ces entreprises.
* ***Type de client*** : il ressort de l’analyse de nos résultats que les entreprises créées dans le cadre du dispositif ANSEJ ciblent les particuliers en premier lieu, les entreprises privées en deuxième lieu et enfin les entreprises publiques.
* ***Aspect d’innovation*** : mis à part ceux enquêtés lors du salon national d’innovation, pour la plupart des entreprises de notre échantillon, nous ne pouvons pas considérer les activités créées comme innovante et à forte intensité technologique.

Ajoutant que 46,7% des entrepreneurs interrogés ont déclaré de n’avoir reçu aucune formation à l’occasion de la création d’entreprise. Alors que ceux qui l’on eu, 75% d’entre eux concernait le domaine de l’activité de l’entreprise et 22% seulement dans le domaine de gestion de l’entreprise.

De ce fait, on déduit un manque d’originalité des projets créés dans le cadre du dispositif ANSEJ qui sont pour la plupart des activités imitatrices où les entrepreneurs reproduisent les organisations existantes et ne cherchent pas à se différencier (Aldrich, 2011)[[19]](#footnote-20) et privilégient les investissements dans les activités à rentabilité immédiate (immobilier, transport interurbain, commerce des produits alimentaires, etc.) au détriment des activités exigeant un délai de récupération plus long du capital investi (agriculture, artisanat, production, etc.).(Dzaka (2003)[[20]](#footnote-21). En effet, ils se dirigent vers des secteurs où l’entrée est facile conduisant ainsi à la saturation des marchés de ces secteurs à l’instar du transport.

Au fait, il y a un manque de compétence pour pouvoir identifier des projets originaux mais aussi une absence d’une véritable étude de marché et réalisation du plan d’affaire pour pouvoir diagnostiquer le marché, les attentes et les exigences et les besoins des clients potentiels.

1. ***Néanmoins, ces entreprises ont pu générer de nouveaux emplois***

Les entreprises créées sont majoritairement des personnes physiques où pour 88% des enquêtés les entrepreneurs sont les seuls propriétaires contre 12% ayant 2 à 3 associés qui sont généralement des amis ou membres de la famille. D’un autre côté, les entreprises enquêtées sont jeunes avec une moyenne de 5 ans et 93,3% d’entre elles ont moins de 10 ans.

En dépit de toutes ces caractéristiques, 62,6% des entreprises interrogées ont pu créer une moyenne de 3,97 nouveaux emplois depuis leur création. Ce qui signifie une certaine réussite de ces entreprises malgré presque la moitié d’entre elles (soit 49,3%) exercent dans des marchés à forte et très forte concurrence.

1. ***Malgré toutes les mesures entreprises, les mêmes obstacles persistent***

Les principales difficultés soulevées sont les procédures administratives : il s’agit de la pluralité des démarches à exécuter, à leur complication et à la non coordination entre les différents intervenants. La deuxième difficulté concerne les problèmes liés au financement (le financement par les fonds propres, l’accès aux emprunts bancaires et les autres sources de financement) et ce malgré les réformes mises en œuvre par l’ANSEJ et es autorités publiques en matière de simplification des procédures administratives et la facilitation du financement.

En effet, les difficultés liées au processus de création de l’entreprise viennent en première position à savoir : procédures administratives, financement, orientation et conseil, disponibilité de l’information, faiblesse des structures d'aide à la création (insuffisance de l’accompagnement) et enfin problèmes d’évaluation de la faisabilité du projet (insuffisance de l’étude techno-économique du projet).

Ensuite, il s’agit des problèmes liés au contexte économique qui viennent en deuxième position à savoir : manque de clients et difficultés d’obtenir des paiements, concurrence importante et marché à potentiel limité, disponibilité de la main d’œuvre qualifiée, problèmes liés au foncier, à l’acquisition d’équipement de matériels de production et de trouver des fournisseurs et les difficultés de suivre les changements rapides des nouvelles technologies.

Enfin, en troisième position c’est les difficultés sur le plan personnel notamment les facteurs psychologiques (peur de l’échec, manque de confiance en soi, Crainte de l'instabilité des revenus…).

1. ***Réseau de relations sociales : le rôle déterminant du milieu proche***

Le milieu proche, notamment la famille et les amis ont apporté une aide importante aux entrepreneurs pour la création et le démarrage de l’entreprise grâce à leur aide dans :

* ***La constitution du capital de démarrage*** : les prêts et les aides de la famille constituent une première source de l’apport personnel du créateur alors que les aides auprès des amis et autres proches en constituent une troisième source (l’épargne personnelle et la deuxième source).
* ***L’élaboration de l’idée du projet*** : les conseils et les recommandations de la famille et des relations professionnelles constituent une troisième source d’idée de projets pour les entrepreneurs enquêtés (après l’expérience professionnelle et le diplôme acquis).
* ***A surmonter les difficultés de création de l’entreprise*** : la famille et les proches sont les premiers qui ont pu apporter les aides et l’appui les plus utiles pour les entrepreneurs afin de surmonter les difficultés entravées lors de la création de l’entreprise (pour 48% des réponses). L’entourage professionnel vient en 2ème position au même niveau que les organismes d’aide avec un taux de 15,88% des réponses.
* ***Leur inspiration à devenir entrepreneur*** : 36% des participants sont issus des parents entrepreneurs et 72% de notre échantillon affirment qu’ils sont entourés d’entrepreneurs essentiellement des amis, frères et sœurs et autres membres de la famille.

Ainsi, le soutien du milieu proche notamment la famille et les amis est crucial pour le démarrage et la réussite des entrepreneurs pour leur apport en financement, idées, soutien moral, conseil et orientation et pour leur influence comme modèle d’entrepreneurs.

1. ***Une certaine évolution de l’esprit d’entreprise***

En se fondant sur nos données empiriques, les résultats montrent une tendance positive des motivations à l’entrepreneuriat.

D’abord, 17,3% de notre échantillon sont devenus des entrepreneurs à l’issus de leurs études.

De plus, ce sont principalement les facteurs positifs qui ont poussé ces jeunes à la création d’entreprise qui sont des motivations d’ordre psychologique à savoir : Désir de réaliser une idée ou un rêve, Recherche d’indépendance professionnelle et d’autonomie, Perspectives de gains financiers supérieurs, Désir d’affronter de nouveaux défis ou goût d’entreprendre, perception d'une opportunité d’affaires et envie de l’exploiter…etc.

En dernier, vient les motivations négatives qui sont d’ordre socioéconomiques à savoir : Expérience professionnelle antérieure peu satisfaisante et la Situation antérieure de chômage.

Par ailleurs, il apparait que les médias (notamment les chaines télévisées nationales et internationale et la presse écrite nationale) jouent un rôle important dans la sensibilisation à l’entrepreneuriat et la diffusion de la culture entrepreneuriale dans la société algérienne en présentant certains entrepreneurs comme modèles de réussite. En effet, 50,7% de notre échantillon affirment qu’ils sont influencés et inspirés de la réussite des entrepreneurs découverts par ces différents supports médiatiques.

Ces résultats confirment une certaine évolution de l’esprit d’entreprise où nous vivons une mutation d’un entrepreneuriat de nécessité où les individus sont motivés par des facteurs «push » comme le chômage qui souvent caractérise l’entrepreneuriat dans notre pays à un entrepreneuriat d’opportunité initiés par des entrepreneurs motivés par des facteurs « pull » tels que l’autonomie, l’indépendance, la liberté...

Au fait, il est tôt de confirmer ce point car il nécessite des études plus approfondies pour caractériser l’évolution des motivations à la création d’entreprises en Algérie qui peuvent être attribuées à une combinaison complexe des facteurs positifs et négatifs. Néanmoins, ces résultats nous renseignent sur l’émergence d’un certain dynamisme de l’esprit d’entreprise dans la société algérienne puisque pour 78,7% de notre échantillon affirment qu’ils vont toujours choisir de rester entrepreneurs s’il leur est présenté le choix de devenir salarié.

1. ***l’existence du dispositif ANSEJ est une motivation à la création d’entreprise***

Une autre conclusion tirée de nos résultats concerne le rôle de l’ANSEJ dans la détermination du choix de devenir entrepreneur où nous avons montré que le fait que le dispositif ANSEJ existe, cela a déterminé le choix de 50,7% de notre échantillon pour devenir entrepreneur. De plus, pour 58,7% de notre échantillon n’auront pas créé leurs entreprises sans l’appui de l’ANSEJ.

En effet, l’ANSEJ constitue une motivation pour devenir entrepreneur et pour concrétiser les projets par le biais de ses aides et son rôle dans la diffusion de l’esprit d’entreprise et la sensibilisation à l’entrepreneuriat.

1. ***les entrepreneurs algériens : ne cherchent-ils que l’appui financier ?***

Hormis l’appui financier, les entrepreneurs ne sont pas conscients de l’importance des autres services d’appui et d’accompagnement à l’entrepreneuriat.

D’abord, les entrepreneurs ne sont pas conscients de l’existence des autres dispositifs à la création d’entreprises (pour 86,7% de notre échantillon) et de tous les rôles qui ils les sont accordés même pour le dispositif ANSEJ. Peut être c’est le manque de la diffusion de l’information et de sensibilisation sur les différentes tâches de ces organismes d’appui qui accentue cette incertitude.

Cependant, l’apprentissage de l’entrepreneuriat qui suit une voie longue et difficile où l’entrepreneur commence par être demandeur d’emploi, il devient un petit gouvernant en créant une entreprise, nos entrepreneurs ne sont ni prêts ni préparés aux sévérités du métier d’un entrepreneur. Ils se limitent seulement aux conseils, aides et l’accompagnement accordés par l’ANSEJ pour se lancer dans l’aventure bien que le rôle de cette dernière dans le conseil et l’orientation et dans l’idée du projet et le choix du secteur d’activité n’est pas dynamisé.

Cela peut être lié à la qualité des formations proposées ou aux compétences des formateurs ou encore à la-non compatibilité entre d’une part les formations proposées et les besoins des créateurs où nous s’interrogeons ici sur les compétences et les rôles des interlocuteurs[[21]](#footnote-22).

Le fait que 74,4% des entrepreneurs de notre échantillon (et 95% au niveau national) sont inscrits dans le mode de financement triangulaire et sortir de l’informel pour avoir les avantages financiers et pour pouvoir recourir à l’ANSEJ indique que pour la plupart, les entrepreneurs ne sont mobilisés que par la recherche du financement et les avantages fiscaux (prêts sans intérêt, bonification des taux d’intérêts accordés par les banques et avantages fiscaux et parafiscaux).

Ce n’est qu’après la création de l’entreprise, quand ils trouvent des difficultés à suivre les changements de l‘environnement des affaires que les entrepreneurs se rendent compte l’importance de l’appui dans les domaines de la réglementation, le financement d’entreprise, la recherche & développement et l’étude du marché.

Bien que les entrepreneurs estiment que la réussite comme étant entrepreneur nécessite *un accompagnement d'un expert lors des premières étapes de la création d'une entreprise; la diversification des sources de financement; de suivre des cours de création d'entreprise et de l’entrepreneuriat, d’organiser des ateliers d'assistance en management, de développer les campagnes d'aide à la création et le passage par une pépinière d'entreprises*, mais le recours à l’ANSEJ est en premier lieu pour avoir le financement.

En effet, les entrepreneurs conçoivent le recours aux organismes d’appui comme un moyen d’avoir le financement seulement. Ainsi, nous constatons que le recours à l’ANSEJ est loin pour qu’elle soit une structure d’appui et d’accompagnement, mais plutôt, elle est considérée comme une source de financement qui substitue actuellement le rôle des banques et les établissements financiers dans le financement de l’entrepreneuriat. Ces derniers sont difficiles d’y accéder à cause de leurs conditions et procédures jugées compliquées par les entrepreneurs mais aussi parce que l’ANSEJ offre des crédits à taux d’intérêts bonifiés.

1. ***Il s’avère que l’ANSEJ a un impact important sur le développement entrepreneurial***

Compte tenu de l’analyse de nos résultats, l’ANSEJ, par le biais de ses services d’appui et d’accompagnement, a un apport important sur le développement entrepreneurial. Il s’agit du développement du profil de l’entrepreneur notamment en ce qui concerne les traits de personnalité d’un entrepreneur : *Engagement et persévérance ; Éveil, sensibilisation et intérêt à l'égard de la promotion de la culture entrepreneuriale et de l'entrepreneuriat ; Accomplissement, connaissance de soi et confiance personnelle ; Constitution de relations et de réseaux professionnels et Amélioration statut social*.

D’une façon plus en moins, l’ANSEJ contribue dans l’amélioration des compétences et les qualités suivantes : Compétences gestionnaires ; Leadership et esprit d'équipe ; Vision et créativité ; Compétences techniques ; Devenir plus entreprenant ; Capacité de souplesse, d'adaptation et d'apprentissage ; Apprentissage et transfert de connaissance.

Cependant, il apparait que l’impact de l’ANSEJ est plus important dans le développement des entreprises créées que dans le développement du profil des entrepreneurs. Il s’agit de sa contribution dans : *Rentabilité de l’entreprise et production de la valeur ajoutée ; Création d’emplois ; Facilité du processus de création ; Investissement et mise en place de capacité de production et Constitution du capital financier*.

En effet, l’ANSEJ doit déployer encore plus d’efforts pour appuyer sur le développement du profil entrepreneurial notamment en ce qui concerne le développement des compétences gestionnaires et de l’esprit d’entreprendre.

Par ailleurs, les services d’appui et d’accompagnement qu’offre l’ANSEJ doivent prendre en considération la situation antérieure de l’entrepreneur, son niveau d’instruction, ses motivations à la création et la nature de l’activité à créer afin d’affiner au mieux ces services.

1. ***Et les entrepreneurs semblent satisfaits***

Bien que statistiquement il n’y a pas un lien significatif entre la satisfaction des entrepreneurs et l’impact global des services de l’ANSEJ, toutefois, il apparait que les entrepreneurs enquêtés sont moyennement satisfaits à l’égard de services d’appui et d’accompagnement rendus par l’ANSEJ à savoir que 26,7% de notre échantillon sont plutôt satisfaits, un même taux de 18,7% pour ceux qui sont peu satisfaits et ceux qui sont tout à fait satisfaits, alors que 12% sont pas du tout satisfaits.

Un autre indice de satisfaction des entrepreneurs est que 68% des enquêtés veulent continuer à exercer sous l’égide de l’ANSEJ et 77,3% d’entre eux affirment qu’ils vont recommander l’ANSEJ à toute personne désireuse de créer une entreprise pour bénéficier de son financement et ses avantages, créer des emplois et pour faciliter le processus de création d’entreprises.

Ces résultats ne sont pas tout à fait conformes à l’évaluation de l’impact des services proposés par l’ANSEJ qui est considéré important. Cet écart peut être expliqué sous deux angles : le profil et les attentes de l’entrepreneur. D’abord, l’évolution impressionnante du profil de l’entrepreneur après la création de l’entreprise puisque il commence sans aptitudes et attitudes préalables ce qui laisse l’apport de l’appui de l’ANSEJ est considérable. D’un autre côté, l’explication de cet écart réside dans les attentes des entrepreneurs qui cherchent plus d’aides notamment financières, plus de facilité du processus de création et d’aides en ce qui concerne le foncier industriel.

Au fait, ces entrepreneurs ne voient pas en ANSEJ un moyen d’acquérir des connaissances et des atouts mais une structure qui ‘‘doit de tout faire pour mener à bien leurs projets’’. Ce résultat est vrai quel que soit le niveau d’instruction de l’entrepreneur, sa situation antérieure et le secteur d’activité.

1. ***La qualité des services d’appui et d’accompagnement***

Il s’avère de l’analyse des résultats obtenues que la qualité des services offerts par l’ANSEJ est moyenne où la qualité de ces services rendus avant la création de l’entreprise est mieux que celle des services rendus après la création de l’entreprise.

La force des services d’appui et d’accompagnement réside dans la diffusion des informations qui concernent les subventions octroyées, l’accueil, l’orientation et le suivi, l’appui financier et fiscal et l’organisation des salons d’exposition et mise en réseau.

Tandis que ses faiblesses sont dans la formation proposée, la coordination avec les autres administrations, le soutien moral et les conseils réglementaires. De plus, la longue durée requise pour créer une entreprise dans le cadre du dispositif ANSEJ qui est en moyenne 20 mois, un an pour 32% des enquêtés, 2 ans pour 20% et 3 ans pour 18% de notre échantillon. Cette durée dépasse largement celle régie dans la réglementation du dispositif ANSEJ qui insiste sur un délai de 15 jours pour le traitement d’un dossier de création d’entreprise.

Un autre indice de la faiblesse des services de suivi est le faible taux des entrepreneurs (6,7%) qui ont pu bénéficier d’un crédit d’extension.

Par ailleurs, la qualité des services de l’ANSEJ est une variable déterminante de l’évaluation de l’impact de ces derniers où le coefficient de corrélation entre ces deux variables est 46% alors que ce coefficient entre l’impact global et la qualité des services assurés avant la création de l’entreprise s’élève à 51,6% par contre , il est de 37,1% entre l’impact global et la qualité après la création de l’entreprise.

D’un autre côté, la qualité des services d’appui et d’accompagnement a une incidence significative sur l’évaluation de la satisfaction des entrepreneurs envers ces services. En effet, c’est la qualité des services offerts par l’ANSEJ qui détermine l’impact de ces services sur le développement entrepreneurial et sur la satisfaction des entrepreneurs envers ces services.

Ainsi, c’est sur la qualité des services et les le contenu de l’ensemble des services d’appui et d’accompagnement que doit l’ANSEJ accentuer ses efforts et orienter ses ressources afin de réaliser des résultats plus importants dans le développement entrepreneurial du pays en termes des entrepreneurs plus entreprenants et des entreprises génératrices de richesses et d’emplois.

***Conclusion du chapitre 6***

A travers ce dernier chapitre, nous avons cherché à étudier la qualité des services d’appui et d’accompagnement offerts par l’ANSEJ, leur impact sur le développement entrepreneurial (qui consiste à évaluer l’effet de ces services sur le développement du profil des entrepreneurs et sur le développement de leurs entreprises) et la satisfaction des entrepreneurs envers ces services.

Pour y parvenir, nous avons mené une étude sur terrain auprès de 75 entrepreneurs afin d’estimer leurs perceptions et évaluations envers les services proposés par l’ANSEJ. L’analyse descriptive de notre échantillon montre qu’il est composé de 84% d’hommes et 16% de femmes dont 86% ont moins de 40 ans et 61% d’entre eux ont créé leurs entreprises à l’âge de 25-30. En se fondant sur nos résultats, l’ANSEJ attire toute catégorie d’individus (employés, chômeurs, étudiants), instruits ou non, exerçant dans différents secteurs d’activité choisis essentiellement par rapport à leur expérience professionnelle et le domaine de leurs études mais souvent dans le cadre d’une imitation et une reproduction des entités déjà existantes c'est-à-dire des activités non innovatrice ce qui laisse leurs marchés à forte concurrence.

Néanmoins, ces entreprises ont pu créer de nouveaux emplois grâce à l’appui de l’ANSEJ mais également de la famille et les proches qui présentent un fort soutien moral et financier et même une source d’idées bien que la profession des parents n’a aucune influence sur le choix du secteur et la carrière entrepreneuriale.

En parcourant les résultats de notre enquête, nous pouvons *affirmer* que *les services d’appui et d’accompagnement offerts par l’ANSEJ ont un impact important sur le développement entrepreneurial à savoir le développement des entreprises créées et le développement du profil des entrepreneurs* notamment en termes de traits de personnalité et d’aptitudes entrepreneuriales. Cet effet important des services de l’ANSEJ peut être expliqué partiellement par l’écart entre les traits de personnalité et les aptitudes entrepreneuriales avant et après le recours à l’ANSEJ puisque ni l’école ni la société ont inculqué l’esprit d’entreprises et la culture entrepreneuriales à ces entrepreneurs malgré ils sont poussés par des motivations positives plutôt que négatives.

Pourtant en vertu de cet impact important, les entrepreneurs sont moyennement satisfaits à l’égard de ces services évalués d’une qualité moyenne et attendent plus d’aides essentiellement d’aspect financier et plus en moins ils évoquent un besoin en formation (domaine de réglementation, de financement et d’étude du marché) et en accompagnement.

De nos résultats, il ressort que la qualité des services offerts par l’ANSEJ est moyenne. Cependant, cette qualité apparait décisive dans la détermination de l’impact de ces services et de la satisfaction des entrepreneurs ce qui nous amène à s’interroger sur les efforts que doit déployer l’ANSEJ dans ce domaine (la qualité et la constitution des services d’appui et d’accompagnement) afin d’aider les entrepreneurs à acquérir des connaissances, des compétences et du savoir-faire, trouver des idées de projets et identifier les opportunités d’affaires nécessaires à créer des entreprises de production des biens et services rentables , performantes, prospères et susceptibles de procurer de l'emploi et la richesse pour l’économie nationale.

1. BINKKOUR, M. & MESSAOUDI, A., *La promotion de l’entrepreneuriat au Maroc : rôle de l’Etat et perception des entrepreneurs*, acte de colloque intitulé : financer et promouvoir l’entrepreneuriat en Afrique, Université Laval, Québec, 17-19 Mai 2012, page 266. [↑](#footnote-ref-2)
2. BOUJELBENE, Y. & TRIKI, M.W., *Les facteurs déterminants de la performance sociale des institutions de micro-finance : cas de la BTS et Enda-interarabe en Tunisie*, acte de colloque intitulé : financer et promouvoir l’entrepreneuriat en Afrique, Université Laval, Québec, 17-19 Mai 2012, page 134. [↑](#footnote-ref-3)
3. BEAUD. S., WEBER. F., *Guide de l’enquête de terrain*, Editions La découverte, Paris, 1998, page 26. [↑](#footnote-ref-4)
4. WANG, Y., L’évolution de l’intention et le développement de l’esprit d’entreprendre des élèves ingénieurs d’une école française : une étude longitudinale, thèse de Doctorat en Génie Industriel, Ecole Centrale de Lille, septembre 2010, page 106. [↑](#footnote-ref-5)
5. KOUBAA S. & SAHIB EDDINE A., *l’intention entrepreneuriale des étudiants au Maroc : une analyse PLS de la méthode des équations structurelles*, 11ème congrès international francophone en entrepreneuriat et PME (CIFEPME), Brest, 23-26 Octobre 2012, page 10. [↑](#footnote-ref-6)
6. NUKUNU, G.Y., *Déterminants de l’Entrepreneuriat au Togo*, Rapport de Recherche du Fonds de Recherche sur le Climat d’Investissement et l’Environnement des Affaires, Dakar, Juin 2012, page 15 [↑](#footnote-ref-7)
7. La notion de croissance analysée ici est la différence entre le nombre d’emplois à sa création et le nombre actuel. [↑](#footnote-ref-8)
8. Nous rappelons à ce niveau que 30% de notre échantillon est constitué des participants au premier salon national de l’entrepreneuriat et l’innovation qui a eu lieu au mois de décembre 2014 à El hamma, Alger [↑](#footnote-ref-9)
9. La moyenne comprise entre 1-1,66 le résultat est pas du tout, entre 1,67-2,33 le résultat est peu, entre 2,34-3 le résultat est beaucoup. [↑](#footnote-ref-10)
10. La moyenne comprise entre 1-1,79 le résultat est très facile, entre 1,80-2,66 le résultat est facile, entre 2,67-3,40 le résultat est moyenne, entre 3,41- 4,20 le résultat est difficile, entre 4,21- 5 le résultat est très difficile. [↑](#footnote-ref-11)
11. La moyenne comprise entre 1-1,79 le résultat est pas du tout important, entre 1,80-2,66 le résultat est moins important, entre 2,67-3,40 le résultat est moyen, entre 3,41- 4,20 le résultat est important, entre 4,21- 5 le résultat est très important. [↑](#footnote-ref-12)
12. L’ordre est effectué selon la valeur du score moyen. [↑](#footnote-ref-13)
13. La moyenne comprise entre 1-1,79 le résultat est pas du tout important, entre 1,80-2,66 le résultat est moins important, entre 2,67-3,40 le résultat est moyen, entre 3,41- 4,20 le résultat est important, entre 4,21- 5 le résultat est très important. [↑](#footnote-ref-14)
14. Si le score moyen est entre 1-1,70, le résultat est ‘pas du tout satisfait’, entre 1,80 et 2,66 le résultat est ‘peu satisfait’ ; entre 2,67 et 3,40 le résultat est ‘assez satisfait’, entre 3,41 et 4,20 le résultat est plutôt satisfait’ ; entre 4,21 et 5 le résultat est ‘tout à fait satisfait’. [↑](#footnote-ref-15)
15. La moyenne comprise entre 1-1,79 le résultat est très mauvaise, entre 1,80-2,66 le résultat est mauvaise, entre 2,67-3,40 le résultat est moyenne, entre 3,41- 4,20 le résultat est bonne, entre 4,21- 5 le résultat est très bonne. [↑](#footnote-ref-16)
16. Nous rappelons à ce niveau que les tests de normalité des variables quantitatives ont été confirmés avant de procéder aux différents tests de dépendances (voir annexe n°11) [↑](#footnote-ref-17)
17. Pour le détail des résultats de ces tests voir annexe n°12. [↑](#footnote-ref-18)
18. Bien que l’analyse descriptive a montré certaines nuances entre ces différentes catégories, mais il apparait qu’elles ne sont pas significatives statistiquement. [↑](#footnote-ref-19)
19. BOUTILLIER, S., *la création de petites entreprises dans l’agglomération dunkerquoise (nord de France) : le cheminement difficile de la société salariale a la société entrepreneuriale*, cahiers du laboratoire de recherche sur l’industrie et l’innovation, n°265, université du littoral côte d’opale, Calais, février 2013, page 20. [↑](#footnote-ref-20)
20. MANZONGANI, J.P., & BOFAYA, M. & KUNTONDA, L., *Promotion de l’Entrepreneuriat Féminin par la Micro Finance*, rapport de ICBE-RF (Investment Climate and Business Environment Research Fund), No. 05/12, Dakar, Mars 2012, P. 35. [↑](#footnote-ref-21)
21. BEN SALAH, A., BEN SALAH, I., BELKACEM, L., FAYOLLE, A., *L’Accompagnement à la Création d’Entreprises Innovantes Technologiques: Une Première Approche de l’Efficacité des Pépinières Tunisiennes*, XVIIIème Conférence Internationale de Management Stratégique de l'AIMS, Grenoble, 2-5 juin 2009, P. 13. [↑](#footnote-ref-22)