

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Ecole Supérieure de Commerce - Koléa

Ecole Doctorale de Gestion des Entreprises et Comptabilité
Option : Management Stratégique et Performance des Entreprises

Mémoire de fin d'études
En vue de l'obtention d'un diplôme de Magister en Sciences de Gestion

Thème :

**« Les Facteurs Clés de Succès d'un Projet Entrepreneurial
Cas des entreprises adhérentes au Forum des Chefs d'Entreprise
Algérie »**

Elaboré par :

Melle Meriem ATOUSSI

Encadré par :

Dr. Amina BERREZIGA Epouse SENOUCI

Maître de conférences classe -A-

Membres du jury :

Pr. Rabah KECHAD – Président

Dr. Amina CHIBANI – Examineur

Dr. Abdelaziz BELAIDI - Examineur

Année Universitaire : 2015-2016

Remerciements

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

Je tiens à communiquer mes sincères remerciements à mon encadreur Mme Amina Berreziga. Par la même occasion je désire exprimer ma profonde gratitude à Mr Annabi, enseignant à l'ESC-Koléa et Mr Benabdessalem, Directeur du MDI et Vice-Président du FCE. Par ailleurs, toute ma reconnaissance est destinée à Mr Mohamed Skander, Manager de Bravehill et membre du JIL FCE, ainsi que Mme Anissa Tolba, Responsable Marketing chez Bravehill et membre du JIL FCE. Aussi, je transmets mes considérations les plus distinguées à Mr Brahim Sersar et Mme Meriem Bencharif, enseignants à l'INATAA de Constantine, pour le soutien et le soin particuliers qui m'ont apporté.

Chacune de ces respectueuses personnes a contribué par ses conseils et orientations pratiques et très efficaces pour l'amélioration de la qualité du travail présenté. Qu'ils trouvent ici l'expression de mon profond respect.

Mes remerciements sont destinés aussi aux dix entrepreneurs que j'ai rencontré lors des entretiens, qui chacun d'eux présente une personnalité remarquable, et qui m'ont beaucoup apporté, tant sur le plan professionnel que personnel, ainsi que chaque personne du FCE et JIL FCE, qui a contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

DEDICACES

En souvenir de ma chère Grand-Mère,

A ma mère,

A ma famille et mes ami(e)s,

Résumé

Depuis les années 1990, l'Algérie vit une transformation radicale de son environnement économique. En effet, l'engagement de l'Etat dans la voie de l'économie de marché libère les activités entrepreneuriales et donne une importance cruciale au secteur des petites et moyennes entreprises. En Algérie, à l'ère actuelle, on assiste à une multiplicité et une multiplication des programmes pour la promotion de l'entrepreneuriat, ainsi que l'encouragement et le soutien matériel et immatériel à la création des petites et moyennes entreprises, considérées comme le moteur de la dynamique et le développement économique. Toutefois, en dépit de tous ces programmes, les jeunes entrepreneurs éprouvent d'énormes difficultés à imposer leur produit face à une compétitivité nationale et internationale jugée trop agressive. L'objectif de notre étude est de mettre en relief l'évolution du concept de l'entrepreneuriat d'une manière générale, les difficultés et les initiatives de promotion de l'entrepreneuriat en Algérie, et surtout, exposer les facteurs clés de succès du projet entrepreneurial des jeunes entrepreneurs algériens.

Mots clés : Entrepreneuriat, Entrepreneur, Projet Entrepreneurial, Facteurs clés de succès, Petites et moyennes entreprises.

ملخص

منذ عام 1990، تشهد الجزائر تحول جذري في بيئتها الاقتصادية. في الواقع، التزام الدولة في اتجاه اقتصاد السوق شجع إنفتاح أنشطة المقاول و أعطى أهمية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة. في الجزائر، في العصر الحالي، هناك تعدد وتكاثف برامج لتعزيز روح المبادرة، وكذلك تشجيع ودعم مادي وغير مادي لإنشاء المشاريع الصغيرة والمتوسطة، نظرا لاعتبارها محرك التنمية الاقتصادية. ومع ذلك، على الرغم من كل هذه البرامج والتدابير، فإن أصحاب المشاريع الصغيرة لديها صعوبة كبيرة في فرض منتجاتهم اتجاه المنافسة الوطنية والدولية. الهدف من دراستنا هو تسليط الضوء على تطور مفهوم المقاول بشكل عام، والصعوبات ومبادرات تعزيز المقاول في الجزائر، وعوامل النجاح الرئيسية لمشروع رجال الأعمال الجزائريين الشباب.

كلمات البحث: المقاول، المقاول، مشروع المقاول، عوامل النجاح الرئيسية، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

SOMMAIRE

Contenus	Page
Remerciements	-
Dédicaces	-
Résumé	-
Sommaire	-
Sommaire des tableaux	-
Sommaire des figures	-
Introduction Générale	A-E
Chapitre 1 : L'entrepreneuriat : un concept large et complexe	
Introduction au chapitre 1	1
Section 1 : Définitions du concept de l'entrepreneuriat	2
1.1.1. Définitions axées sur l'acte « l'entrepreneuriat »	3
1.1.2. Définitions axées sur la personne « l'entrepreneur »	5
Section 2 : Les écoles entrepreneuriales	8
1.2.1. L'école du surhomme	8
1.2.2. L'école des caractéristiques psychologiques particulières	9
1.2.3. L'école classique	10
1.2.4. L'école de management	10
1.2.5. L'école du leader	12
1.2.6. L'école de l'intrapreneur	12
Section 3 : La trilogie de l'entrepreneuriat	14
1.3.1. L'entrepreneuriat : un domaine de pratique	14
1.3.2. L'entrepreneuriat : un domaine de recherche	16
1.3.3. L'entrepreneuriat : un domaine d'enseignement	19
Conclusion du chapitre 1	24
Chapitre 2 : L'entrepreneur : un personnage aux multiples facettes	
Introduction au chapitre 2	25
Section 1 : Les approches de l'entrepreneur	26
2.1.1. L'approche des économistes	26
2.1.2. L'approche par les traits psychologiques	28
2.1.3. L'approche comportementale	31
2.1.4. L'approche par le processus	32
Section 2 : Les typologies de l'entrepreneur	35
2.2.1. La typologie selon Smith	35
2.2.2. La typologie selon Fillion	35
2.2.3. La typologie selon Laufer	37
2.2.4. La typologie selon Schumpeter	37
2.2.5. La typologie selon Miles et Snow	38
2.2.6. La typologie selon Julien et Marchesnay	39
Section 3 : Les caractéristiques de l'entrepreneur	40
2.3.1. Le Leadership	40
2.3.2. L'organisation et la coordination	40
2.3.3. La confiance en soi et la compétitivité	41
2.3.4. L'esprit d'innovation et la prise de risque	41
Conclusion du chapitre 2	43

Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial : les modèles et les facteurs clés de succès	
Introduction au chapitre 3	44
Section 1 : Les modèles processuels et non processuels du projet entrepreneurial	45
3.1.1. Les modèles processuels	45
3.1.2. Les modèles non processuels	55
Section 2 : Les facteurs clés de succès du projet entrepreneurial	62
3.2.1. Les facteurs liés à l'individu	62
3.2.2. Les facteurs liés au projet	65
3.2.3. Les facteurs liés à la méthode de création	66
3.2.4. Les facteurs liés à l'environnement	68
Conclusion du chapitre 3	70
Chapitre 4 : L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie	
Introduction au chapitre 4	71
Section 1 : La création d'entreprise en Algérie	72
4.1.1. L'émergence de la création d'entreprise en Algérie	72
4.1.2. L'évolution de la création d'entreprise en chiffres en Algérie	78
4.1.3. Les structures d'accompagnement de la création d'entreprise en Algérie	81
Section 2 : La structure de promotion de l'entrepreneuriat en Algérie Le Forum des Chefs d'Entreprise (FCE)	86
4.2.1. La présentation du FCE	86
4.2.2. La mission du FCE	87
4.2.3. Les objectifs du FCE	89
4.2.4. L'organisation du FCE	90
Section 3 : Le fond d'investissement algérien : Le JIL FCE	94
4.3.1. La présentation du JIL FCE	94
4.3.2. Les missions du JIL FCE	94
4.3.3. L'organisation du JIL FCE	95
4.3.4. L'adhésion au JIL FCE	97
Conclusion du chapitre 4	99
Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche	
Introduction au chapitre 5	100
Section 1 : Etude exploratoire de la promotion de l'entrepreneuriat en Algérie	101
5.1.1. Les faiblesse du système de promotion de l'entrepreneuriat en Algérie	101
5.1.2. Les contraintes à la création de l'entreprise en Algérie	107
5.1.3. Les initiatives de promotion de l'entrepreneuriat en Algérie	112
Section 2 : Etude qualitative de la création d'entreprise en Algérie	115
5.2.1. Le guide de l'entretien : Instrument pivot de l'étude qualitative	115
5.2.2. La synthèse des entretiens	118
Section 3 : Etude quantitative sur les facteurs clés de succès de la création d'entreprise en Algérie	124
5.3.1. La méthodologie de la recherche	124
5.3.2. L'analyse des données	126
5.3.3. La synthèse des principaux résultats	141
Conclusion du chapitre 5	144
Conclusion Générale	145
Bibliographie	150
Annexes	-

LISTE DES TABLEAUX

N°	Tableaux	Page
1	Les comportements de l'entrepreneur et de l'administrateur	11
2	La synthèse des écoles entrepreneuriales	13
3	Les principaux attributs de l'entrepreneur	30
4	Les caractéristiques fréquemment attribuées aux entrepreneurs	42
5	Le domaine de validité du modèle de Bruyat (1993)	47
6	L'évolution de la population globale des PME en nombre entre 2009 et 2012	78
7	L'évolution des emplois par type de PME entre 2009 et 2012	79
8	L'évolution des PME privées - Personnes Morales - par secteur d'activité entre 2009 et 2012.	80
9	Le mouvement de création des PME privées – Personnes Morales - par région entre 2009 et 2012	81
10	Doing Business 2015 - Facilité de faire des affaires en Algérie	111
11	Le guide de l'entretien de l'étude	116
12	La synthèse de la présentation des dix projets d'entreprise	119
13	La synthèse de l'importance de l'entrepreneuriat pour l'entrepreneur	120
14	La synthèse des raisons de choix pour l'entrepreneuriat	120
15	La synthèse des facteurs clés de succès	123

LISTE DES FIGURES

N°	Figures	Page
1	La forme générique du processus de création d'entreprise de Bruyat (1993)	48
2	Le modèle stratégique de l'entreprise par Hernandez (1999)	50
3	Les phases du processus entrepreneurial de Baron (2007)	54
4	Le modèle non processuel de Shapero (1975)	57
5	Le modèle de création d'entreprise de Bygrave (1989)	58
6	Le modèle du développement des entrepreneurs par Sabourin Gasse (1989)	61
7	L'organigramme du Forum des Chefs d'entreprise	93
8	L'organigramme du JIL'FCE	96
9	Le cycle de vie d'une start-up	124
10	La répartition des entrepreneurs par tranche d'âge	126
11	La répartition des entrepreneurs par catégorie de diplôme	127
12	La répartition des entrepreneurs par tranche d'année d'expérience professionnelle	128
13	Les modalités de développement de l'esprit d'entreprendre chez les entrepreneurs	129
14	Les cinq caractéristiques psychologiques les plus représentatifs pour les entrepreneurs	130
15	Le profil des entrepreneurs	132
16	La répartition des entreprises selon le secteur d'activité, la localisation géographique, la forme juridique et le mode de financement à la création	133
17	Les plus importantes raisons de motivations de l'entrepreneur pour la création de son entreprise	134
18	L'importance de l'entrepreneuriat pour l'entrepreneur	135
19	Les principales déceptions depuis la création de l'entreprise	136
20	Les charges les plus pénalisantes pour l'entrepreneur	137
21	Les raisons de l'échec de création d'entreprise	138
22	Les principaux facteurs clés de succès intrinsèque à l'entrepreneur	139
23	Les principaux facteurs clés de succès extrinsèque à l'entrepreneur	139
24	Le rôle de la formation universitaire et para-universitaire pour le développement de l'esprit d'entreprise	140
25	La situation de l'entrepreneuriat en Algérie	141
26	La qualité de l'environnement juridique, fiscal et l'environnement des affaires en Algérie	142
27	L'accès aux sources de financement pour la création d'entreprise en Algérie	143

INTRODUCTION
GENERALE

INTRODUCTION GENERALE

Durant cette dernière décennie, l'environnement économique national et international a été affecté par diverses mutations. L'ère de la mondialisation et l'ouverture des marchés locaux au niveau international ont remis en question la nature des produits vendus, le processus productif, la compétitivité ainsi que les facteurs clés de succès des entreprises. De ce fait, l'innovation encouragée par le processus entrepreneurial, est devenu au cœur des dialogues économiques, politiques et sociaux actuels.

L'Algérie n'est pas exclue de ces nouvelles transformations. En effet, le passage à l'économie de marché et l'ouverture du marché algérien à l'international a encouragé les actions entrepreneuriales en termes de créations d'entreprises, de processus de gestion et mêmes de nouveaux produits algériens.

Ainsi, il est reconnu que l'entrepreneuriat est devenu un facteur important de la compétitivité et de la croissance des économies des pays. En effet, nul ne saurait aujourd'hui mettre en doute le rôle primordial que jouent les entrepreneurs dans le système économique mondial. Ces entrepreneurs sont aujourd'hui perçus comme étant les piliers de l'économie de marché et leurs activités, comme créatrices de valeur, d'emplois et d'avantages pour les consommateurs.

L'entrepreneuriat est une variable importante dans la société, et bénéficie d'un intérêt tout particulier de la part des économistes, des sociologues et des décideurs politiques. Schumpeter (1935), Reynolds et al. (1994), Rasmussen et Sorheim (2006), Minniti et Lévesque (2008) s'accorde à affirmer que cet intérêt pour l'entrepreneuriat est, sans conteste, dû à la place de la création d'entreprises dans le développement économique et social, l'augmentation de la production et du revenu, la résorption du chômage, la diversification de l'industrie, la promotion de l'innovation, etc. De ce fait, tous les pays se sont penchés à la recherche des façons de promouvoir et faciliter une dynamique d'entrepreneuriat et une culture entrepreneuriale vibrante et éveilleuse de potentialités pour stimuler plus d'activités porteuses de valeurs ajoutées.

Cependant, d'après Graevenitza et al (2010), pour le développement de l'activité entrepreneuriale, un état d'esprit et une dynamique d'action des individus sont nécessaires et qu'il est possible d'acquérir par la formation, la sensibilisation et des mesures d'accompagnement.

INTRODUCTION GENERALE

Dans le même ordre d'idée Drucker (1985) avançait que presque tous ce qui se dit sur l'entrepreneuriat est faux. Il n'y a ni magie ni mystère. Ce n'est pas non plus une affaire de gènes. C'est une discipline et comme toute discipline cela s'apprend. Autrement dit on ne naît pas entrepreneur, on le devient.

La création d'entreprise constitue un élément central du phénomène entrepreneurial. En effet, selon Verstraete (2006), l'importance accordée aujourd'hui à la création d'entreprise n'est pas le fruit du hasard, mais le résultat d'une évolution progressive vis-à-vis des perspectives de croissance économique relatives à la création d'emplois, la création de nouvelles richesses porteuses de valeurs ajoutées, grâce notamment au processus d'innovation qu'apporte les entreprises nouvellement créées, ainsi que l'augmentation des revenus et l'amélioration des niveaux de vies.

Cependant, l'entreprise nouvellement créée fait toujours face à des vulnérabilités relatives au financement de départ, à l'environnement des affaires, et à l'entrepreneur lui-même tels que son niveau de formation, ses ambitions et ses motivations. Dans ce contexte, Gartner (1985) s'est approfondi dans la recherche des facteurs clés de succès de la création d'entreprise. A ce titre, l'auteur met en relief quatre éléments essentiels relatifs aux succès ou l'échec de la création d'entreprise. Il s'agit des facteurs liés à l'individu créateur, des facteurs liés au projet, des facteurs liés à la méthode de création et des facteurs liés à l'environnement et l'entourage social et familial de l'entrepreneur.

L'objet de notre étude est d'une importance crucial, pour les raisons suivantes :

- ✚ La création d'entreprises est un moyen de renforcement de la compétitivité de l'économie aussi bien à l'échelle nationale qu'internationale.
- ✚ La création d'entreprise représente un moyen de lutte contre le chômage et un moyen de création de l'emploi.
- ✚ L'étude des entrepreneurs algériens à succès permet de connaître leurs caractéristiques, leurs motivations et surtout leurs facteurs clés de succès importants pour le renforcement d'une économie encore en transition.
- ✚ Notre recherche est prépondérante car elle se focalise sur les jeunes entrepreneurs à succès qu'on a appréhendé à travers le Forum des Chefs d'Entreprises.

INTRODUCTION GENERALE

Les objectifs de notre travail de recherche sont, tout d'abord, de mettre en relief l'importance de l'entrepreneuriat dans le développement économique. Ensuite, mettre en valeur l'environnement actuel du phénomène de l'entrepreneuriat en Algérie, notamment ses perspectives et ses contraintes. Enfin, établir une synthèse empirique sur les facteurs clés de succès des jeunes entrepreneurs algériens adhérents au Forum des Chefs d'Entreprise.

Suite à la prise de conscience de l'importance de l'entrepreneuriat et la création d'entreprise pour l'économie en général et l'individu en particulier, ça nous a semblé opportun de nous pencher plus en profondeur dans ce domaine, en traitant la problématique suivante :

« Quels sont les principaux facteurs clés de succès d'une création d'entreprise par des jeunes entrepreneurs adhérents au Forum des Chefs d'Entreprise - Algérie ? »

Afin de pouvoir répondre à notre problématique, nous avons choisi de la subdiviser en les questions suivantes :

Question 1 : Comment peut-on définir l'entrepreneuriat ?

Question 2 : Est-ce que l'individu naît entrepreneur ou le devient-il à travers l'influence de son environnement ?

Question 4 : Quelles sont les motivations à la création d'entreprise en Algérie ?

Question 3 : Quelles sont les principales contraintes à la création d'entreprise en Algérie ?

Question 5 : Quels sont les principaux facteurs clés de succès d'une création d'entreprise en Algérie ?

Pour répondre à nos questions, nous avons avancées les hypothèses suivantes :

Hypothèse 1 : L'entrepreneuriat est un concept économique complexe qui ne se limite pas à la simple création d'entreprise.

Hypothèse 2 : L'individu développe un comportement entrepreneurial à travers l'influence de plusieurs facteurs issus de son environnement.

INTRODUCTION GENERALE

Hypothèse 3 : Les facteurs de motivations à la création d'entreprise en Algérie sont tributaires à des situations de chômage reliés à l'existence d'opportunités d'affaire.

Hypothèse 4 : Les principales contraintes de la création d'entreprise en Algérie sont relatives à des lourdeurs administratives et un manque des sources de financement.

Hypothèse 5 : Les facteurs clés de succès d'une création d'entreprise en Algérie sont relatifs à des facteurs intrinsèques et extrinsèques à l'entrepreneur.

La démarche méthodologique adoptée est une démarche descriptive analytique en se basant sur approche hypothético-déductive. Tout d'abord, l'aspect descriptif de notre travail de recherche s'insère dans les fondements théoriques du concept de l'entrepreneuriat, qui englobe notamment les définitions de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur, les écoles entrepreneuriales, les approches et les caractéristiques de l'entrepreneur et les facteurs clés de succès du projet entrepreneurial. Ensuite, nous avons effectué une étude exploratoire, afin d'établir le guide de l'entretien, qui représente une base pour la réalisation de l'étude qualitative. Cette dernière, centrée sur la réalisation d'une dizaine d'entretiens, a pour objectif d'affiner les questions et les modalités de réponse pour le questionnaire. Enfin, nous avons réalisé une étude quantitative, basée sur les techniques statistiques, pour pouvoir affirmer ou infirmer les hypothèses de l'étude, et apporter une réponse à la question principale de la problématique.

Dans le cadre de notre enquête nous utilisons un guide de l'entretien qui sert de base à l'élaboration de notre questionnaire. Aussi, ce dernier a été distribué en ligne auprès des jeunes entrepreneurs adhérents au Forum des Chefs d'Entreprise.

Afin d'exploiter au mieux les résultats de l'enquête, nous avons utilisé le logiciel de statistiques EPI INFO, pour l'analyse des données qualitatives, ainsi qu'un ensemble d'outils statistiques afin de mieux exhiber les résultats de l'enquête.

INTRODUCTION GENERALE

Notre plan de travail est structuré en cinq chapitres. Dans le premier chapitre nous développons les aspects ayant trait au concept de l'entrepreneuriat. Nous exposons les auteurs ayant contribué dans la recherche dans ce domaine. Aussi, nous traitons des concepts liés à l'entrepreneuriat tels que les définitions de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur, les écoles entrepreneuriales, ainsi que la trilogie de l'entrepreneuriat.

Dans le deuxième chapitre nous présentons les aspects liés à l'entrepreneur. Nous mettons en relief entre autre les approches de l'entrepreneur, les typologies et les caractéristiques de l'entrepreneur. Et le troisième chapitre fait l'objet d'une présentation des modèles processuels et non processuels du projet entrepreneurial, ainsi que les facteurs clés de succès de ce dernier, notamment les éléments à l'individu créateur, les éléments liés au projet, les éléments liés à la méthode suivie, les éléments liés à l'environnement.

Par ailleurs, le quatrième chapitre présente une odyssée sur l'entrepreneuriat en Algérie, ainsi qu'une présentation du Forum des Chefs d'Entreprise ainsi que son fonds d'investissement JIL'FCE. Enfin, le dernier chapitre présente les étapes de notre étude sur les facteurs clés de succès des jeunes entrepreneurs adhérents au Forum des Chefs d'Entreprise.

CHAPITRE 1

L'ENTREPRENEURIAT UN CONCEPT LARGE ET COMPLEXE

INTRODUCTION AU CHAPITRE 1

La dernière décennie est marquée par l'esprit d'entreprendre et le comportement entrepreneurial, lesquels affectent tous les pays dans tous les domaines de la vie économique et sociale. En effet, l'entrepreneuriat est considéré comme un déterminant majeur des performances économiques, notamment des progrès innovants, et son importance dans le dynamisme économique n'est plus à démontrer. De même, les pouvoirs publics admettent qu'il constitue un instrument efficace pour créer des emplois, augmenter la productivité et la compétitivité, mais aussi lutter contre la pauvreté.

Face aux défis de la mondialisation, l'entrepreneuriat est devenu le moyen par excellence pour assurer l'innovation et la compétitivité des économies. En effet, la capacité des entreprises nouvellement créées à générer de la richesse, des emplois et la croissance économique explique l'intérêt qu'elles suscitent.

Du fait de l'importance de ce domaine spécifique, nous développons notre premier chapitre en profondeur des concepts entrepreneuriaux avec une revue de la littérature. A cet effet, nous avons scindé ce chapitre en trois sections. Dans la première, nous exposons les définitions et l'évolution du concept de l'entrepreneuriat. Par ailleurs, dans la deuxième section, nous mettons en relief les écoles entrepreneuriales. Enfin, la troisième section est dédiée à la trilogie de l'entrepreneuriat.

Section 1 : Définitions du concept de l'entrepreneuriat

Les études menées dans le domaine de l'entrepreneuriat ont donné lieu à plusieurs définitions. En effet, la littérature relative à ce concept présente une multitude de représentations. Ces dernières s'expliquent par les mutations significatives de ce concept à travers le temps. Selon Fayolle¹ : « *les évolutions qu'a connues le concept de l'entrepreneuriat au cours des quinze dernières années comptent certainement parmi les plus importantes* ».

De son côté, Verstraete² considère que « *l'entrepreneuriat est un phénomène trop complexe pour être réduit à une simple définition, son intelligibilité nécessitant une modélisation. Cette complexité exclue la possibilité d'une délimitation stricte et univoque de ses frontières sémantiques* ». Nous comprenons, alors, qu'il n'existe pas une représentation unique du concept de l'entrepreneuriat.

Par ailleurs, nombreux sont les chercheurs qui se sont focalisés sur l'entrepreneur, l'acteur principal du phénomène de l'entrepreneuriat. Dans ce contexte, Julien et Marchesnay³ précise que « *l'entrepreneuriat désigne l'état et la qualité de celui ou de ceux qui sont entrepreneurs. Cet état résulte de plusieurs facteurs plus au moins complémentaires : l'esprit d'entreprise, la création d'entreprise et l'action d'entreprendre ou de conduire une entreprise en étant entrepreneur* ».

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

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

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

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

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

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

Chapitre 1 : L'entrepreneuriat : Un concept large et complexe

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

L'entrepreneuriat est un terme à l'origine issu du mot « entrepreneur » qui est passé à la langue anglaise « Entrepreneurship ». Selon l'office québécois¹ de la langue française, l'entrepreneuriat est défini comme la « *fonction d'une personne qui mobilise et gère des ressources humaines et matérielles pour créer, développer et implanter des entreprises* ».

Pour Penrose², le concept de l'entrepreneuriat est considéré comme une ressource de l'entreprise puisque le service entrepreneurial se caractérise par un ensemble d'activités indispensables à la survie de l'entreprise : introduire de nouvelles idées, saisir et/ou provoquer des opportunités de croissance, allouer des ressources financières, humaines et organisationnelles.

De son côté, Fayolle³ propose la définition suivante du concept de l'entrepreneuriat : « *l'entrepreneuriat peut être défini, simplement, par des situations particulières, créatrices de richesses économiques et sociales, caractérisées par un degré élevé d'incertitude, donc l'existence de risques, dans lesquelles des individus sont impliqués très fortement et doivent développer des comportements basés notamment sur l'acceptation du changement et des risques associés, la prise d'initiative et le fonctionnement autonome* ». Dans ce contexte, l'auteur met en relief l'importance de la notion de prise de risque et de création de richesse. A ce titre, il précise que les individus doivent développer des attitudes d'initiative, d'autonomie et d'adaptation rapide par rapport à l'incertitude, pour réussir à créer de la richesse.

Par ailleurs, Verstraete⁴ définit l'entrepreneuriat comme « *un phénomène combinant un individu et une organisation. L'un se définit par rapport à l'autre et vice versa. Ainsi, le terme entrepreneuriat décrit une relation symbiotique entre un entrepreneur et une organisation : l'entrepreneur agit, structure et engage son environnement à des fins socio-économiques. Son action induit du changement et conduit à une modification partielle d'un ordre existant. L'entrepreneur construit son ordre. Celui-ci ne lui est profitable que si l'ordre socio-économique, dans lequel il s'insère, y trouve également un intérêt et en tire de la valeur* ».

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

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

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

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

Chapitre 1 : L'entrepreneuriat : Un concept large et complexe

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

Selon Bruyat¹, la définition du concept de l'entrepreneuriat s'articule autour de la relation entre l'entrepreneur et la création de valeur. Dans ce cadre, il note que : « *l'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneuriat est la dialogique : individu/création de valeur* ».

Pour Knight et Drucker² « *l'entrepreneuriat consiste à prendre des risques* ». Dans le même ordre d'idée, Julien et Marchesnay³ présentent l'entrepreneuriat comme : « *l'aptitude d'un individu, d'un groupe social, d'une communauté à prendre des risques pour engager des capitaux, dans une sorte d'aventure, consistant à apporter quelque chose de neuf et créatif, en employant et en combinant de la façon la plus performante possible des ressources diverses* ». Dans cette perspective, les deux auteurs mettent l'accent sur la notion de prise de risque par un groupe d'individu, avec une combinaison efficiente des ressources disponibles, pour s'engager dans une activité entrepreneuriale, avec pour objectif de créer de la richesse.

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

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

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

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

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

Chapitre 1 : L'entrepreneuriat : Un concept large et complexe

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

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

L'entrepreneur fut entré dans la pensée économique par Cantillon (1726), bien avant Smith (1776), Say (1800) et Schumpeter (1935). En effet, pour cet auteur, l'entreprise est pilotée par son créateur, qui ne peut prévoir ni les ventes, ni les prix, pas plus que les aléas du marché et leurs conséquences sur le comportement d'achat des clients. De ce fait, Cantillon² définit l'entrepreneur par son exposition au risque, autrement dit, il n'existe aucune garantie pour l'entrepreneur de ce qu'il va recevoir suite à sa décision d'entreprendre. Dans ce contexte, l'auteur précise : « *l'entreprise est dirigée par un entrepreneur, elle est caractérisée par une incertitude fondamentale et irréductible* ».

Par ailleurs, Smith³ met l'accent sur l'absence d'entreprise et l'existence, uniquement, d'un marché qui relie des individus qui échangent. Dans son ouvrage « la recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations », publié en 1776 à Glasgow, l'auteur note que l'entrepreneur est un individu qui emploie ses capitaux dans des activités lui permettant de recevoir plus de profit, sans chercher pour autant à servir l'intérêt public. De ce fait, pour ce chercheur, l'entrepreneur, est caractérisé par son égoïsme puisqu'il ne pense qu'à se donner une plus grande sûreté, en dirigeant son industrie de manière à avoir plus de valeur possible.

Du point de vue de Say⁴, dans son ouvrage « Traité d'économie politique », dont la première édition parue en 1803, précise que l'entrepreneur est l'agriculteur, le manufacturier, l'ouvrier, le savant et le commerçant qui « *entreprend de créer pour son propre compte, à son profit et ses risques, un produit quelconque* ». De cette manière, l'auteur définit les qualités les plus distinctives qui forment le métier de l'entrepreneur. En effet, l'entrepreneur est un organisateur, producteur et dirigeant qui prend des risques.

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

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

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

⁴ Say J B, « Cours complet d'économie politique pratique », 3^{ème} édition, Bruxelles, 1886, p : 52.

Chapitre 1 : L'entrepreneuriat : Un concept large et complexe

Pour Schumpeter¹, l'entrepreneur est un agent économique dont la fonction consiste à innover et mettre en place de nouvelles combinaisons des facteurs de la production. D'après l'auteur « *l'entrepreneur est une personne capable de transformer une idée en une innovation réussie* ». Selon l'auteur, seuls les individus capables d'innover, qui sont doués d'imagination et font preuve d'initiative et de volonté, méritent l'appellation d'entrepreneurs. Il perçoit l'entrepreneur comme celui qui centralise son énergie et risque son argent pour produire et vendre un nouveau produit, d'une manière différente, en comparaison avec les entreprises en place. Il est, par conséquent, le moteur du progrès technique et du développement économique.

Selon Walras², l'entrepreneur est un agent économique dont le rôle consiste à prendre en bail la terre du propriétaire foncier, les facultés personnelles du travail et le capital du capitaliste, et d'associer dans l'agriculture, l'industrie ou le commerce, les trois services producteurs. Pour l'auteur, l'entrepreneur construit une dynamique entre les différents facteurs de production pour créer de la richesse.

Dans un autre contexte, l'auteur de « la théorie d'inefficience X » parue en 1968, Leibenstein³, s'intéresse au degré d'inefficience dans l'utilisation des ressources au sein de la firme, soit parce qu'elles sont employées de manière inappropriés, soit parce qu'elles sont gaspillées. Dans ses résultats, il considère la fonction d'entrepreneur comme une réponse créative à l'inefficience X et présente l'entrepreneur comme le moteur de la croissance.

Dans le même ordre d'idée que Schumpeter, Drucker⁴ définit l'entrepreneur comme la personne qui innove, même par rapport au style de management. En effet, selon l'auteur les principes de management pratiqué jusqu'en 1970, tels que : l'organisation scientifique du travail, la décentralisation, la planification, etc..., sont devenus insuffisants parce que des besoins nouveaux sont apparus, notamment le besoin d'innovation, le besoin de changement social et la nécessité d'organiser efficacement le travail.

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

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

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

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

Chapitre 1 : L'entrepreneuriat : Un concept large et complexe

Par ailleurs, Verstraete et Fayolle¹ présentent l'entrepreneur comme la pierre angulaire de l'activité entrepreneuriale, puisqu'il est l'auteur principal de l'impulsion d'une organisation pouvant créer de la valeur nouvelle pour les parties prenantes. Ces auteurs précisent que *« l'entrepreneuriat est l'initiative portée par un individu, l'entrepreneur, construisant ou saisissant une opportunité d'affaires, dont le profit n'est pas forcément d'ordre pécuniaire, par l'impulsion d'une organisation pouvant faire naître une ou plusieurs entités, et créant de la valeur nouvelle, pour des parties prenantes auxquelles le projet s'adresse »*.

Pour finir, selon le Grand Dictionnaire², l'entrepreneur est défini comme *« une personne, ou groupe de personnes, qui crée, développe et implante une entreprise dont il assume les risques, et qui met en œuvre des moyens financiers, humains et matériels pour en assurer le succès et pour réaliser un profit »*.

A la suite de toutes ces définitions, qui relatent l'évolution de l'activité entrepreneuriale, nous pouvons conclure que l'entrepreneur est un agent économique qui s'engage dans un effort visant à transformer ses idées et innovations en biens économiques. Cela peut aboutir à de nouvelles organisations en réponse à une opportunité perçue. L'entrepreneur est une personne qui sait identifier, sélectionner et saisir une opportunité pour créer une organisation et l'exploiter. Il contribue, par conséquent, à la création de valeur nouvelle. De ce fait, il agit sur son environnement socio-économique pour un objectif de capitaliser du profit. Ce dernier, n'est pas toujours de niveau économique, il peut être, aussi, de niveau social.

A l'issue de ce présent développement, nous pouvons présenter la définition suivante du concept de l'entrepreneuriat :

« L'entrepreneuriat est un phénomène économique, qui s'inscrit dans une dynamique d'innovation et de prise de risque, à travers lesquelles l'individu, l'entrepreneur, structure des activités et engage des ressources pour créer de la richesse »

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

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

Chapitre 1 : L'entrepreneuriat : Un concept large et complexe

Section 2 : Les écoles entrepreneuriales

Plusieurs écoles de pensées issues de différents courants de recherches se sont intéressées au domaine de l'entrepreneuriat. Dans ce qui suit, nous retraçons les six écoles de pensées issues des travaux de Cunningham et Lischeron¹.

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

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

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

Selon Fayolle² « *De fréquentes biographies d'entrepreneurs soulignent la capacité instinctives de ces hommes hors du commun à reconnaître des opportunités inaccessibles à la majorité d'entre nous et à prendre les bonnes décisions* ». En 1971, Roscoe rajoute que la réussite des entrepreneurs est décrite par leurs degrés d'indépendance, le niveau élevé de la vigueur, leur persistance, la confiance en soi et leur propre estime.

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

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

Chapitre 1 : L'entrepreneuriat : Un concept large et complexe

1.2.2. L'école des caractéristiques psychologiques particulières

« The Psychological Characteristics School Of Entrepreneurship »

L'école des caractéristiques psychologiques particulières se concentre sur les facteurs personnels, ainsi que les valeurs et les attitudes uniques des entrepreneurs. Les auteurs Cunningham et Lischeron¹ ont décrits trois caractéristiques principales :

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

Par ailleurs, Fayolle² résume cette école de pensée en indiquant que l'entrepreneur présente des caractéristiques psychologiques uniques (valeurs, attitudes, besoins) qui le guident dans le processus entrepreneurial. Parmi celles-ci, l'auteur note principalement le besoin de réalisation, d'indépendance, de contrôle interne, de prise de risque, en parallèle avec l'honnêteté, le sens du devoir, la responsabilité et l'éthique. Dans le même ordre d'idée, Verstraete rajoute l'imagination, la confiance en soi, l'enthousiasme, le plaisir de diriger et de résoudre les problèmes.

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

L'école des caractéristiques psychologiques particulières estime que les valeurs individuelles et personnelles sont les pionnières de la réussite d'un entrepreneur. D'après Cunningham et Lischeron⁴, ces valeurs sont apprises très tôt dans la vie et sont établies avant l'âge adulte. De ce fait, cette école exclue l'apprentissage du métier, car elle estime que ces caractéristiques sont difficiles à inculquer dans les écoles et les universités.

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

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

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

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

Chapitre 1 : L'entrepreneuriat : Un concept large et complexe

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

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

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

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

L'école de management présente l'entrepreneur comme des organisateurs de processus de création de richesses économiques. Dans ce contexte, Bruyat² dit que l'entrepreneur est un individu qui perçoit des opportunités et qui crée une organisation pour l'exploiter.

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

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

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

³Berreziga A, « L'entrepreneuriat en Algérie : Réalités et Perspectives », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Ecole Supérieure de Commerce, Alger, 2013, p : 10.

Chapitre 1 : L'entrepreneuriat : Un concept large et complexe

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

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

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

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

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

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

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

Chapitre 1 : L'entrepreneuriat : Un concept large et complexe

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

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

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

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

Dans l'école du leader, les entrepreneurs ont comme mission la motivation, la direction et la gestion du groupe.

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

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

Fayolle¹, souligne que l'intrapreneuriat, en tant que développement d'unités indépendantes pour créer de nouveaux marchés et de nouveaux produits, permet aux entreprises d'innover, de se développer et de diversifier leurs activités dans d'autres domaines. Les compétences entrepreneuriales peuvent ainsi être utilisées avec profit dans les organisations existantes.

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

¹Fayolle A, « L'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités françaises : analyse de l'existant et propositions pour en faciliter le développement », op-cit, p : 15.

Chapitre 1 : L'entrepreneuriat : Un concept large et complexe

Tableau n° 2 : Synthèse des écoles entrepreneuriales

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

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

Chapitre 1 : L'entrepreneuriat : Un concept large et complexe

Section 3 : La trilogie de l'entrepreneuriat

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

1.3.1. L'entrepreneuriat : un domaine de pratique

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

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

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

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

Chapitre 1 : L'entrepreneuriat : Un concept large et complexe

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

L'exemple le plus frappant du domaine de la pratique de l'entrepreneuriat, est celui de la Silicon Valley aux Etats-Unis. Emblème de la haute technologie, la Silicon Valley représente la réussite entrepreneuriale à l'américaine. La vallée californienne de Santa Clara est passée en quelques décennies d'une vallée connue pour ses vergers et ses vignes, à la vallée du silicium, matériau de base des composants électroniques, symbole des industries de l'électronique et de l'informatique.

L'histoire de la création de la Silicon Valley revient au professeur Fred Terman, qui en est l'homme visionnaire. Il est à l'origine de l'écosystème qui contribua pour beaucoup à la culture entrepreneuriale de la vallée et qui fonctionne encore aujourd'hui. En effet, le professeur Terman était lassé de voir ses élèves s'exiler sur la côte Est pour trouver du travail. De ce fait, il engagea de nombreuses relations avec les entreprises et créa le Stanford Research Institute pour répondre aux demandes de recherche de l'Etat fédéral, tout en ouvrant les cours aux salariés des entreprises. Les inventeurs des entreprises sont invités à enseigner et les étudiants sont stimulés pour créer de nouvelles compagnies.

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

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

Chapitre 1 : L'entrepreneuriat : Un concept large et complexe

1.3.2. L'entrepreneuriat : un domaine de recherche

Depuis quelques décennies, l'entrepreneuriat est considéré comme un champ de recherche fertile dont les méthodes et les concepts ne cessent de se développer¹. Les travaux de recherche en entrepreneuriat ne sont plus anecdotiques. En effet, ceux qui sont d'ampleur doctorale, se sont multipliés et leur contribution à la légitimation du domaine est essentielle². La recherche en entrepreneuriat est en phase de croissance, comme le souligne Degeorge³ « *l'entrepreneuriat est un domaine de recherche assez récent ou il reste beaucoup à découvrir* ».

Dans un essai de définition du concept de l'entrepreneuriat, Gartner⁴ a recensé quarante-quatre définitions, à partir d'une étude auprès des hommes politiques, de chercheurs et de chefs d'entreprise de grande renommée. Ainsi, il a dégagé huit thèmes de convergence entre les différentes définitions pour son approche conceptuelle de l'entrepreneuriat : présence d'un entrepreneur, l'innovation, la création d'une nouvelle organisation en vue de poursuivre une opportunité, la création de valeur, la question de l'entreprise à but lucratif ou non, la croissance, l'aspect unique phénomène, la présence d'un propriétaire gestionnaire⁵.

De leur côté, Muzyka et Churchill⁶ ont tenté une définition de l'essence de l'entrepreneuriat comme étant « *la faculté d'identifier et de faire fructifier une valeur marchande en faisant coïncider une innovation et un besoin* ».

¹Elouazzani Ech Chahdi K, Koubaa S, Yassine S, « L'enseignement de l'entrepreneuriat dans l'université », 12ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Agadir, Maroc, Octobre 2014, p : 3.

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

³Degeorge J M, Hounounou A et Autres, « 100 Fiches sur l'entrepreneuriat », Edition Bréal, Paris, 2010, p : 12.

⁴Gartner W B, « What are we Talking About When we Talk About Entrepreneurship? », Journal of business Venturing, vol.5, 1990, p: 15-28.

⁵Elouazzani Ech Chahdi K, Koubaa S, Yassine S, « L'enseignement de l'entrepreneuriat dans l'université », op-cit, p : 4.

⁶Muzyka F D, Churchill C N, « Cultiver l'esprit d'entreprendre », in :SUE BIRLEY, DANIEL MUZYKA, (sous la direction), « L'art d'entreprendre : guide de la création d'entreprise », Village Mondial, Paris, 1998, p. 285.

Chapitre 1 : L'entrepreneuriat : Un concept large et complexe

Par ailleurs, Filion¹ définit l'entrepreneuriat comme étant « *le champ qui étudie la pratique des entrepreneurs : leurs activités, leurs caractéristiques, les effets économiques et sociaux de leur comportement ainsi que les modes de soutien qui leur sont apportés pour faciliter l'expression d'activités entrepreneuriales* ». A travers sa définition, l'auteur élargit le champ d'intervention du concept de l'entrepreneuriat.

Dans le même ordre d'idée Stevenson et Jarillo², précise que la définition de l'entrepreneuriat est une tâche très complexe. En effet, puisque restreindre son champ risque d'éliminer des travaux qui peuvent être indispensables dans plusieurs domaines, l'étendre peut empiéter sa particularité de champ d'étude spécifique. Dans ce contexte, l'académie de l'entrepreneuriat, considérée comme une référence dans le domaine de recherche de l'entrepreneuriat dans le milieu francophone affirme qu'« *A ce jour, on ne peut pas augurer d'un prochain consensus s'agissant d'une définition de l'entrepreneuriat. La complexité du phénomène entrepreneurial et la diversité de ses manifestations expliquent sans doute que toute définition réduit, voire ampute, l'appréhension des formes qu'il revêt*»³.

Selon Cunningham et Lischeron⁴, le champ de l'entrepreneuriat est organisé autour de six écoles de pensées : Les deux premières écoles, qui concernent les caractéristiques psychologiques, ont fait appel aux qualités personnelles de l'entrepreneur. La troisième école, qui est l'école classique, a reconnu le concept d'opportunité. Les quatrième et cinquième, école de management et du leadership, se sont focalisées sur l'action et la gestion. La sixième école de l'intrapreneurship s'est centrée sur l'examen de l'entrepreneuriat dans des organisations existantes. Pour les deux auteurs, l'organisation du concept de l'entrepreneuriat autour de six écoles facilite une approche académique du phénomène pour être étudié.

¹ Fillion L J, « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Revue Internationale P.M.E, vol 10, n° 2, France, 1997, p:156.

² Stevenson H H, Jarillo C J, « A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management ». Strategic Management Journal, vol. 11, 1990, p. 23.

³Tounes A, « L'intention entrepreneuriale : Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE », Thèse en Science de Gestion, Université de Rouen, Faculté de Droit, des Science Economiques et de Gestion, 2003, p. 28.

⁴Cunningham J B, Lischeron J, « Defining entrepreneurship », op-cit, p: 24-35.

Chapitre 1 : L'entrepreneuriat : Un concept large et complexe

D'un autre côté, A Fayolle¹ insiste sur le fait qu'il existe trois écoles de pensées qui ont un rôle important dans le champ de recherche en entrepreneuriat :

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

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

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

Dans un autre contexte, Degeorge² fait référence, en étudiant l'entrepreneuriat comme champ de recherche, aux trois approches en entrepreneuriat : l'approche descriptive centrée sur l'étude de l'individu, l'approche comportementale qui s'intéresse aux activités de l'individu et l'approche processuelle qui étudie le processus entrepreneurial. L'auteur insiste sur le champ de recherche en entrepreneuriat qui s'est développé ces dernières années à travers l'approche processuelle.

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

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

² Degeorge J M, Hounounou A et Autres, « 100 Fiches sur l'entrepreneuriat », op-cit, p : 12.

Chapitre 1 : L'entrepreneuriat : Un concept large et complexe

1.3.3. L'entrepreneuriat : un domaine d'enseignement

De prime à bord, l'entrepreneuriat a été considéré, pendant longtemps, comme une discipline qui ne se prête pas à l'enseignement. En effet, pour beaucoup de personnes, l'acte entrepreneurial relève de l'innée de l'individu. De plus, l'absence d'un consensus théorique sur le domaine de l'entrepreneuriat, constitue une entrave à l'essor de ce dernier comme discipline académique. Il s'agit d'une nouvelle discipline en cours de construction sur les plans épistémologique, théorique et méthodologique. Cependant, Drucker¹ refuse l'idée que l'entrepreneuriat ne peut être enseigné. Il déclare que l'entrepreneuriat est une discipline comme toutes les disciplines et peut être enseignée et pratiquée.

Par ailleurs, Brockhaus² déclare que l'enseignement de l'entrepreneuriat a comme objectif d'enseigner des aptitudes, des attitudes et des valeurs, mais ne garantit pas de résultat, qui demeure tributaire des facultés intrinsèques de l'apprenant en ce sens que cet enseignement ne garantit pas la production de véritable entrepreneur. Cependant, Laukkannen³ considère que l'éducation entrepreneuriale est un facilitateur pour l'accès aux pratiques entrepreneuriales.

Dans le même registre, Fayolle et Fillion⁴ ont proposé une conception de l'entrepreneuriat en la liant avec la problématique de l'éducation. Ces deux auteurs constatent que le concept d'entrepreneuriat est lié à trois registres différents : le mode de pensée, les comportements, les situations, qui peuvent être transmis par l'entourage familial, le milieu social ou peuvent faire l'objet d'enseignements professionnels et/ou universitaires.

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

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

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

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

Chapitre 1 : L'entrepreneuriat : Un concept large et complexe

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

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

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

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

Chapitre 1 : L'entrepreneuriat : Un concept large et complexe

Il y a quinze ans, seul un petit nombre d'établissements aux Etats-Unis dispensaient des cours dans ce domaine. Aujourd'hui, plus de 1 500 collèges et universités proposent sous une forme ou sous une autre, des formations à l'entrepreneuriat. Cette tendance s'est amorcée au début des années quatre-vingt-dix et ne cesse de s'amplifier. En outre, aux Etats-Unis, la formation à l'esprit d'entreprendre fait plus souvent partie intégrante de l'enseignement obligatoire dans l'enseignement primaire et secondaire, ou des initiatives sont prises dans le but d'encourager les jeunes à monter des projets d'entreprises lorsqu'ils sont dans l'enseignement supérieur¹.

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

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

L'Université de Stanford entretient des liens très étroits avec les entreprises. L'école d'ingénieurs, par exemple, est dotée d'une chaire Yahoo! et d'un bâtiment d'informatique William Gates. Les professeurs et les étudiants vont et viennent entre le milieu universitaire et l'industrie.

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

Chapitre 1 : L'entrepreneuriat : Un concept large et complexe

De nombreux professeurs ont un emploi à temps partiel dans l'industrie, tandis que beaucoup de cadres d'entreprises exercent à temps partiel comme enseignants. Les cours dispensés à Stanford mettent aussi l'accent sur les compétences entrepreneuriales. Par exemple, dans le cours d'Entrepreneuriat dans le secteur de haute technologie, les étudiants analysent des études de cas de jeunes pousses de haute technologie souvent en présence des fondateurs/dirigeants de ces entreprises. Dans le programme de génie industriel, les étudiants alternent trois mois de cours, trois mois de stage, puis trois mois de cours à nouveau¹.

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

Le Canada, le Royaume-Uni et les Etats-Unis ont opté pour la première voie. Ils sensibilisent les enfants à la possibilité de faire carrière comme travailleur indépendant et aux retombées positives de l'activité entrepreneuriale. Ils privilégient un enseignement fondé sur « l'apprentissage par l'action », qui permet aux étudiants de développer des idées, d'élaborer des projets d'entreprise et de diriger leurs propres mini-entreprises. Cependant, la Finlande a opté pour la deuxième approche, qui vise à développer des comportements propices à « l'intraprenariat » comme la flexibilité, l'initiative, la créativité, l'aptitude à prendre des risques et le sens de l'initiative. L'introduction d'un thème comme l'intraprenariat à l'école est considérée comme un moyen d'encourager l'esprit d'entreprise.

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

- Recours à des méthodes d'enseignement par la pratique dans les écoles, afin d'initier les enfants à l'entrepreneuriat (Canada).
- Enseignement des caractéristiques propres aux entrepreneurs dans les écoles (Finlande).

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

Chapitre 1 : L'entrepreneuriat : Un concept large et complexe

- Privilégier l'intégration de la formation à l'entrepreneuriat au niveau universitaire (Etats-Unis).

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

De ce fait, l'enseignement à l'entrepreneuriat a un impact considérable sur les performances des entrepreneurs. En effet, selon l'étude du Kauffman Center, comparés à d'autres anciens élèves d'écoles de commerce, les diplômés en entrepreneuriat ont trois fois plus de chance de devenir entrepreneur et trois fois plus de chance de devenir travailleur indépendant. L'étude a également mis en évidence une différence entre les taux de croissance des entreprises des diplômés en entrepreneuriat et les entreprises des autres diplômés. En moyenne, les petites entreprises qui emploient des diplômés en entrepreneuriat, réalisent un chiffre d'affaires plus élevé que celles qui emploient des diplômés non spécialisés en entrepreneuriat.

Ainsi, l'enseignement de l'entrepreneuriat peut avoir un impact direct sur les aptitudes, les attitudes, les perceptions des individus quant à leurs orientations ainsi que le choix de leur carrière. En d'autres termes, l'objectif est de développer les compétences entrepreneuriales chez l'individu à travers la formation¹.

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

CONCLUSION DU CHAPITRE 1

A l'issue de ce chapitre, nous avons mis en relief les différents aspects du concept de l'entrepreneuriat à travers une revue de la littérature des auteurs ayant travaillé dans le domaine. De même, le sens de l'activité entrepreneuriale a connu une évolution en parallèle aux mutations de la structure économique mondiale. En effet, le champ de l'entrepreneuriat s'est élargi du micro-environnement de la petite entreprise, pour atteindre un rôle plus important, celui du macro-environnement socio-économique, qui touche aux valeurs, attitudes, cultures, caractéristiques, comportements, etc.

Par ailleurs, le rôle de l'entrepreneuriat dans la croissance économique, n'est plus à démontrer, notamment grâce à l'apport de l'entrepreneur au processus d'innovation. En effet, les caractéristiques psychologiques de l'entrepreneur, qui est un preneur de risque par excellence, le rendent l'acteur principal de l'innovation et des produits innovants, qui sont une source initiale d'une croissance économique positive.

A travers notre développement de ce présent chapitre, nous pouvons affirmer notre première hypothèse. En effet, l'entrepreneuriat est un concept économique complexe qui ne se limite pas à la simple création d'entreprise, puisque son champ d'intervention est beaucoup plus large et affecte des dimensions économiques et sociales.

CHAPITRE 2

L'ENTREPRENEUR UN PERSONNAGE AUX MULTIPLES FACETTES

INTRODUCTION AU CHAPITRE 2

Les études menées dans le domaine pour mieux comprendre le phénomène de l'entrepreneuriat, sont nombreuses. En effet, les courants qui s'intéressent à ce sujet, sont divergents, mais complémentaire, partant de l'école du surhomme en passant par l'école de management pour arriver à l'école du leadership. Ils traitent des caractéristiques psychologiques spécifiques de l'entrepreneur, de ses comportements, de ses attitudes et ses besoins, pour arriver à l'étude du processus même de l'acte d'entreprendre.

Partant du postulat que l'entrepreneur est le maillon le plus important sur lequel se base la réussite ou l'échec du projet entrepreneurial, nous avons choisi de consacrer ce chapitre à l'entrepreneur pour mieux comprendre ces caractéristiques ainsi que ces facteurs clés de succès et d'échecs.

A cet effet, nous avons scindés ce chapitre en trois sections. Dans la première, nous abordons les différentes typologies de l'entrepreneur. Ensuite, dans la deuxième section, nous développons les principales caractéristiques de l'entrepreneur, Et enfin, dans la dernière section, nous présentons les principaux facteurs clés de succès du projet entrepreneurial.

Chapitre 2 : L'entrepreneur : Un personnage aux multiples facettes

Section 1 : Les approches de l'entrepreneur

L'évolution de la recherche en entrepreneuriat est divisée en quatre grands courants de pensée. La genèse du domaine de l'entrepreneuriat revient au courant des économistes qui présente l'entrepreneur selon ses fonctions et son rôle dans la dynamique économique. Ensuite, jusqu'à la fin des années quatre-vingt, la recherche a connu deux approches. La première, l'approche descriptive qui essaie de répondre « *Qui est l'entrepreneur ?* ». La deuxième, l'approche comportementale qui tente de répondre à la question « *Que fait l'entrepreneur ?* ». Enfin, dans les années quatre-vingt-dix, apparaît l'approche qui tient compte du phénomène entrepreneurial en tant que processus dynamique¹. A cet effet, nous présentons dans ce qui suit les quatre approches de l'entrepreneur, à savoir : l'approche des économistes, l'approche descriptive ou l'approche par les traits psychologiques, l'approche comportementale et l'approche processuelle.

2.1.1. L'approche des économistes :

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

Cependant, Simon², affirme que la rationalité des individus est limitée. Pour appuyer son affirmation, il met en relief trois raisons essentielles pour lesquelles il est impossible d'atteindre l'optimum préconisé par les économistes classiques :

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

¹Berreziga A, « L'entrepreneuriat en Algérie : Réalités et Perspectives », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Ecole Supérieure de Commerce, Année Universitaire 2013-2014. p : 97.

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

Chapitre 2 : L'entrepreneur : Un personnage aux multiples facettes

Par ailleurs, Cotillon se concentre sur le rôle spécifique de l'entrepreneur dans la dynamique économique. Dans ces travaux, l'entrepreneur est montré comme un individu qui prend des risques afin de mener une affaire à son propre compte selon une finalité économique. De ce fait, il est confronté à une incertitude.

Dans le même ordre d'idées, Schumpeter¹ voit l'entrepreneur comme un innovateur. L'innovation portée par les entrepreneurs est la force motrice de la croissance économique sur le long terme, même si cela implique une destruction de valeur pour les entreprises établies qui jouissent d'une position dominante. Cette « destruction créatrice » désigne le processus de disparition de secteurs d'activités conjointement à la création de nouvelles activités économiques.

Les économistes Hayek et Kirzner², affirment que l'opportunité est au cœur de l'entrepreneuriat. Selon ces économistes, l'opportunité vient d'un dysfonctionnement sur un marché ou sur une industrie. Une opportunité est une imperfection du marché ou un déséquilibre économique qui peuvent être exploités par un entrepreneur en ramenant le marché à un état d'équilibre. Ainsi, lorsque l'entrepreneur est vigilant, il peut découvrir de nouvelles opportunités.

Comme le résume Fayolle³, les économistes ont permis d'illustrer deux grands types d'entrepreneurs : l'entrepreneur organisateur d'activités économiques et l'entrepreneur innovateur, ainsi que quatre rôles fondamentaux : Preneur de risque, innovateur, chercheur d'opportunité et coordinateur de ressources limitées.

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

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

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

Chapitre 2 : L'entrepreneur : Un personnage aux multiples facettes

2.1.2. L'approche par les traits psychologiques :

Au-delà de l'approche des économistes, l'étude de l'entrepreneuriat s'est développée à travers la recherche sur les caractéristiques psychologiques de l'entrepreneur. Ainsi, l'entrepreneur a un profil différent du reste de la population, donc l'étude de ses propres caractéristiques permettrait de mieux connaître l'entrepreneur pour pouvoir prédire plus précisément l'acte d'entreprendre¹.

L'approche par les traits psychologiques, appelée aussi descriptive, décrit les entrepreneurs à travers leurs caractéristiques personnelles, leurs motivations, leurs historiques, notamment l'appartenance sociale, le parcours professionnels, l'entourage et l'environnement. De plus, cette approche s'intéresse sur l'identification des traits spécifiques de l'entrepreneur. Autrement dit, leur valeurs tels que l'éthique, la responsabilité, etc., leurs attitudes comme la prise de risque, l'autonomie, etc..., et leurs besoins comme l'autonomie et l'accomplissement. D'après A Fayolle, « *l'approche centrée sur l'étude des individus, cherche peut-être un profil type d'entrepreneur qu'il serait possible d'identifier par une caractéristique principale ou un ensemble de traits* »².

L'auteur McClelland³, est l'un des premiers chercheurs incarnant cette approche psycho-sociologique. Il définit différentes caractéristiques significatives de la personnalité de l'entrepreneur. Cependant, il relève deux principales, qui sont un besoin élevé d'accomplissement et une forte confiance en eux.

De son côté, Belley⁴ a recensé les travaux réalisés par les nombreuses recherches sur la personnalité de l'entrepreneur, pour résumer trois principales caractéristiques :

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

¹Degeorge J M, « Le déclenchement du processus de création ou de reprise d'entreprise : Le cas des ingénieurs français », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Jean Moulin Lyon III, Ecole Doctorale MIF (Management-Information-Finance), Novembre 2007, p : 43.

²Fayolle A, « Introduction à l'entrepreneuriat », Edition Dunod, Paris, 2005, p : 12

³McClelland D C, « Achievement and entrepreneurship: A longitudinal study », Journal of Personality and Social Psychology, vol. 1, 1965, p: 392.

⁴Belley A, « Les milieux incubateurs de l'entrepreneurship », Fondation de l'entrepreneurship, 2^{ème} Edition Québec Canada, 1990, p : 30.

Chapitre 2 : L'entrepreneur : Un personnage aux multiples facettes

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

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

Par ailleurs, d'autres travaux cherchent à comprendre si l'entrepreneur nait entrepreneur ou bien il construit sa personnalité d'entrepreneur à travers l'influence de son environnement et de son expérience vécue. Les chercheurs dans l'école du surhomme déclarent que l'entrepreneur né avec un sixième sens qui le conduit à entreprendre. Il possède une intuition innée, hors du commun qui lui permet de prendre les bonnes décisions. De ce fait, les entrepreneurs sont décrits comme étant des êtres exceptionnels. Mais de nombreuses études récentes réfutent cette hypothèse. En effet, l'entrepreneur se rapporte, désormais, à un comportement qui s'apprend et se construit au cours du temps, grâce à l'enseignement et la formation¹.

Dans le même ordre d'idées, d'autres travaux avancent que l'attraction pour l'entrepreneuriat, ainsi que le caractère entrepreneurial, provient du milieu familial, d'expériences professionnelles vécues et de l'environnement :

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

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

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

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

¹Berreziga A, « L'entrepreneuriat en Algérie : Réalités et Perspectives », op-cit. p : 99.

Chapitre 2 : L'entrepreneur : Un personnage aux multiples facettes

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

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

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

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

Chapitre 2 : L'entrepreneur : Un personnage aux multiples facettes

L'approche par les traits, a longtemps divisé la communauté scientifique. En effet, malgré les nombreuses études empiriques, il n'apparaît pas possible d'identifier un profil type d'entrepreneur. L'entrepreneuriat est un objet complexe, de ce fait, les caractéristiques psychologiques ou sociologiques ne permettent pas à elles seules d'expliquer le phénomène entrepreneurial. Pour cette raison, une nouvelle école de pensée est apparue au début des années quatre-vingt, qui étudie l'entrepreneuriat en tant que processus et se centre sur ce que fait l'entrepreneur. Cette approche ne s'intéresse pas à « *Qui fait ?* », mais plutôt à « *Comment il fait ?* ». Avant de présenter l'approche par le processus, il est nécessaire de présenter d'abord l'approche comportementale, que nous développons ci-dessous¹.

2.1. 3. L'approche comportementale :

Weber est, sans doute, le premier auteur auquel nous pouvons rattacher l'approche comportementale dans le domaine de l'entrepreneuriat. Cette approche se centre sur les variables environnementales caractérisant les individus. Les causes des actes des entrepreneurs constituent l'intérêt principal de la recherche. L'approche comportementale tente de trouver les principales variables pouvant influencer l'acte entrepreneurial. De ce fait, elle essaie de répondre à la question « *Que fait l'entrepreneur ?* »² en le représentant dans un contexte social, culturel et économique.

Ce nouveau courant de pensée, qui émergea au début des années quatre-vingt-dix, et qui explique l'acte entrepreneurial à travers les compétences de l'entrepreneur, s'oriente vers ce que fait l'entrepreneur et non pas par ce qu'il est. Par conséquent, ce courant met l'accent sur « l'agir »³, c'est-à-dire le comportement de l'entrepreneur, et non pas « l'être » de ce dernier.

Dans ce contexte, l'école classique souligne que « la fonction principale de l'entrepreneur est l'innovation et l'introduction, dans un environnement donné, de nouvelles combinaisons de facteurs de productions ». Dans ce cas, l'entrepreneur est présenté comme un innovateur qui détecte des opportunités afin de les exploiter dans le but de créer de la valeur.

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

²Tounes A, « L'intention entrepreneuriale : Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE », op-cit, p : 33.

³Fayolle A, Degeorge J M, « Dynamique entrepreneuriale : le comportement de l'entrepreneur », op-cit, p : 26.

Chapitre 2 : L'entrepreneur : Un personnage aux multiples facettes

Dans le même ordre d'idée, l'école de management voit l'entrepreneur comme un coordinateur et un organisateur qui poursuit l'opportunité d'affaire pour concrétiser son projet. Par ailleurs, l'école du leader présente l'entrepreneur comme un leader qui conduit les hommes pour atteindre les objectifs qu'il a assigné¹.

A l'issue de ce développement, nous pouvons conclure que l'approche comportementale met l'accent sur l'entrepreneur qui accomplit un ensemble d'actions cohérentes et attitudes de gestion qui débouche sur la création de valeur. De ce fait, selon cette approche, l'entrepreneuriat est plus qu'une série de traits individuels, mais plutôt des démarches, des conduites et des activités que l'entrepreneur met en œuvre pour accomplir ses objectifs entrepreneuriaux.

2.1.4. L'approche par le processus :

Gartner est le premier auteur à remettre en cause l'approche par les traits avec un article intitulé : « Who is an entrepreneur ? Is the wrong question »². En tant qu'alternative possible à l'approche par les traits, le processus permet, d'une certaine façon, de prendre davantage en compte les actes et les activités, en s'intéressant à la question du « comment ? ». En effet, Filion³ déclare : « *la fin des années quatre-vingt a connu une remise en cause des théorisations traditionnelles de l'entrepreneuriat en présentant le phénomène entrepreneurial comme un processus* ».

Dans le même ordre d'idée, Coster⁴ précise : « *L'axe central du phénomène est le processus créatif qui mouvemente et structure la dynamique homme/projet pour l'entraîner vers une configuration entrepreneuriale susceptible d'exploiter avec succès l'opportunité visée* ».

Dans une autre perspective, selon les travaux de Kirzner, le champ de l'entrepreneuriat est défini comme le domaine de recherche qui permet de comprendre comment les opportunités prennent naissance et comment les futurs produits ou services sont découverts, créés, exploités, par qui et avec quelles conséquences.

¹Berreziga A, « L'entrepreneuriat en Algérie : Réalités et Perspectives », op-cit, p : 102.

²Degeorge J M, « Le déclenchement du processus de création ou de reprise d'entreprise : Le cas des ingénieurs français », op-cit, p : 45.

³Fillio L J, « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », op-cit, 138.

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

Chapitre 2 : L'entrepreneur : Un personnage aux multiples facettes

Par ailleurs, le processus entrepreneurial est fortement lié au processus d'innovation dont l'entrepreneur est l'acteur principal. En effet, l'innovation est portée par l'entrepreneur, il en est le premier initiateur. Selon Shumpeter, l'entrepreneur crée, prend des initiatives et invente des rapprochements nouveaux liés au procédé de fabrication, des innovations de produit, des innovations organisationnelles, des innovations de marché et des innovations dans les sources d'approvisionnement.

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

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

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

Chapitre 2 : L'entrepreneur : Un personnage aux multiples facettes

L'approche centrée sur le processus entrepreneurial tente de répondre aux questions suivantes¹ :

- ✓ Qu'est ce qui permet de percevoir les opportunités d'une manière efficace et performante ?
- ✓ Quelles sont les tâches clés pour créer avec succès de nouvelles organisations ?
- ✓ Dans quelles mesures ces tâches sont-elles différentes de celles mises en œuvre pour diriger avec succès ?
- ✓ Quelles sont les contributions spécifiques de l'entrepreneur à ce processus ?

Pour résumer, l'approche descriptive cherche à comprendre le rôle de l'entrepreneur dans l'économie. Par ailleurs, l'approche comportementale explique les actes et les comportements des entrepreneurs en les situant dans leurs contextes spécifiques. Enfin, l'approche processuelle analyse dans une perspective temporelle, les variables pouvant influencer l'acte d'entreprendre.

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

Chapitre 2 : L'entrepreneur : Un personnage aux multiples facettes

Section 2 : Les typologies de l'entrepreneur

Dans cette section, nous développons les typologies de l'entrepreneur selon les auteurs les plus connus qui ont écrit et mené des recherches dans le domaine de l'entrepreneuriat.

2.2.1. La typologie selon Smith :

Dans son ouvrage « The entrepreneur and his firm »¹ paru en 1967, Smith fait la distinction entre deux types d'entrepreneur : l'entrepreneur artisan et l'entrepreneur opportuniste.

Selon cet auteur, l'entrepreneur artisan est une personne qualifiée dans un domaine spécifique, il a un manque de flexibilité et de souplesse, aussi sa vision est nulle sur l'avenir. Il exploite uniquement ses compétences techniques. De ce fait, son innovation est inexistante et son travail est simple, routinier et basique. L'entreprise dirigée par un entrepreneur artisan est rigide, le secteur d'activité est restreint de même que la clientèle.

D'autres parts, l'entrepreneur opportuniste, ou l'entrepreneur d'affaires, a plus d'expérience professionnelle. Il est ouvert au monde des affaires et saisit les opportunités qui s'offrent à lui sur le marché. L'entrepreneur est une personne à la recherche des occasions d'affaires.

2.2.2. La typologie selon Fillion :

Fillion distingue six types² de propriétaire dirigeants de PME en fonction de l'indépendance du dirigeant et de son ouverture sur l'extérieur. Cette distinction est le résultat de deux études empiriques. La première étude a été menée auprès d'une centaine d'entrepreneurs ayant créé une PME au Québec. La deuxième étude a été menée auprès d'une vingtaine de PME dans quatre pays : la Finlande, la Suède, l'Ecosse et la Suisse.

¹ Smith A. « The Entrepreneur and his Firm: The relationship between Type of Man and Type of Company », Bureau of business and economic research, Michigan State University, 1967.

²Fillion L J, « Six types de propriétaires dirigeants de PME », Revue organisations et territoires, vol 9, N°1, hiver, Québec, 2000, p 9.

Chapitre 2 : L'entrepreneur : Un personnage aux multiples facettes

a. Le bûcheron : « Le bûcheron est le type le plus courant de proprio-dirigeant de PME. Certains bûcherons qui auront réussi, deviendront éventuellement des missionnaires ». Le bûcheron est caractérisé par l'ambitieux, la bonne capacité de travail, la culture organisationnelle axée sur la production. Aussi, le bûcheron n'aime pas trop parler aux autres.

b. Le papillon : D'après Fillion « Le papillon s'apparente à ce qui est temporaire, occasionnel, passager »¹. En effet, le papillon est le type d'entrepreneur qui aime changer d'entreprise ou de secteur. Il lance des entreprises, les revend et reprend d'autres en difficultés dans le but de les revendre aussi. Il utilise son réseau de connaissances dans l'achat et la vente d'entreprises. D'une autre manière, il considère son réseau comme source d'opportunités qui s'offrent à lui pour en tirer des profits.

c. Le libertin : Appelé aussi le sportif, il vient souvent d'un milieu aisé. Pour lui, travailler c'est pour gagner de l'argent. Il consacre aussi du temps pour ses loisirs.

d. Le bricoleur : Il a un autre emploi sécuritaire pour garantir une stabilité financière et pour lui permettre de mieux confronter son entreprise qui constitue son job préféré. Le bricoleur ne prend pas de décision à son travail officiel, car il a un niveau moyen, mais dans son entreprise, c'est le premier preneur de décisions.

e. Le converti : Il part d'une découverte à partir de laquelle il construit son avenir ou il investit toute son énergie et ses efforts. D'après Fillion « Plusieurs créateurs et inventeurs font partie de cette catégorie. En effet, les convertis qui viennent de la Recherche et Développement et du Marketing/Vente semblent être ceux qui réussissent le mieux »²

f. Le missionnaire : Le missionnaire est passionné de son entreprise. Il a une connaissance parfaite de son produit et de son marché. Il a une culture organisationnelle ou il délègue les responsabilités à son équipe et il est ouvert à toute proposition. De ce fait, il a aussi l'esprit de groupe.

¹Fillion L J, « Sis types de propriétaires dirigeants de PME », op-cit, p 9.

²Idem, p : 8.

Chapitre 2 : L'entrepreneur : Un personnage aux multiples facettes

2.2.3. La typologie selon Laufer :

Entre 1950 et 1970, Laufer a réalisé une étude qui a pour objectif d'étudier les facteurs personnels et socio-professionnels qui interviennent dans l'intention d'entreprendre. De ce fait, elle a établi un questionnaire auprès d'un échantillon de soixante cas d'entreprises créées.

L'étude de Laufer a mis en relief les motivations des entrepreneurs, leurs rapports avec les parents, l'origine sociale, les études et les carrières avant la création et les motivations liées à la situation professionnelle. A partir de ces éléments, elle a établi une typologie de quatre entrepreneurs¹.

a. L'entrepreneur Manager ou l'Innovateur : Ce type d'entrepreneur a fait la grande école et connaît une carrière réussie dans le monde des entreprises. Sa principale motivation est le besoin de création et de réalisation. Son but principal est inspiré par la croissance et surtout l'innovation.

b. L'entrepreneur propriétaire orienté vers la croissance : Cet entrepreneur cherche à équilibrer entre l'objectif de croissance et l'objectif d'autonomie financière.

c. L'entrepreneur orienté vers l'efficacité : Ce type d'entrepreneur refuse la croissance de peur de perdre le contrôle de son entreprise, mais il cherche l'efficacité. Cet entrepreneur aime l'indépendance, le pouvoir et l'autorité.

d. L'entrepreneur artisan : Cet entrepreneur est plus motivé par le besoin d'indépendance que par la réussite économique. Son objectif principal est la survie de son entreprise.

2.2.4. La typologie selon Schumpeter :

Schumpeter identifie quatre types d'entrepreneurs². Le premier est le fabricant, qui est un entrepreneur simple mais capitaliste. C'est un détenteur de capital qui effectue plusieurs opérations au même temps. Le deuxième est le capitaine d'industrie. Il a pour objectif d'acquérir le capital et la possession totale de son entreprise.

¹Laufer J, « Comment on devient entrepreneur », Revue Française de Gestion, Novembre, Paris, 1975, P12.

²Perroux F, « La pensée économique de Joseph Schumpeter : les dynamiques du capitalisme », Librairie Droz, Genève, Paris, 1965, p 91.

Chapitre 2 : L'entrepreneur : Un personnage aux multiples facettes

Le troisième type est le directeur salarié qui crée pour un simple revenu. Enfin, le dernier est le fondateur. Il assiste à la naissance de son entreprise, mais se retire après sa création.

2.2.5. La typologie selon Miles et Snow :

Miles et Snow analysent les typologies d'entrepreneurs en se focalisant sur le facteur innovation, car ils considèrent qu'il existe une forte corrélation entre l'entrepreneuriat et l'innovation. A cet effet, ils distinguent quatre types d'entrepreneurs, présentés ci-après¹.

a. L'entrepreneur prospecteur : Considéré comme innovateur, il recherche en permanence des innovations de produits ou de procédés, même s'il n'est pas sûr de leur rentabilité. Il crée souvent son entreprise pour la revendre une fois qu'elle enregistre des résultats positifs. Ceci est le cas fréquent du secteur de la haute technologie.

b. L'entrepreneur innovateur : Ce type d'entrepreneur développe une importante activité de veille technologique et concurrentielle, aussi il consacre un budget conséquent aux activités de Recherche & Développement.

c. L'entrepreneur suiveur : Imitant systématiquement, de façon proactive, les innovations qui apparaissent sur le marché. La stratégie de cet entrepreneur peut s'avérer très rentable. En effet, si l'entrepreneur innovateur ouvre des pistes nouvelles en supportant les coûts importants d'innovation, l'entrepreneur suiveur s'intéresse à l'amélioration des produits lancés sur le marché. Cette démarche est d'autant plus payante que l'innovation est difficile à protéger.

d. L'entrepreneur réacteur : La stratégie mise en œuvre par ce type d'entrepreneur est réactive. Elle est applicable dans les secteurs stables, lorsque la fidélité à l'entreprise est plus importante que la fidélité aux produits innovants.

¹ Miles et Snow, « Organizational Strategy Structure and Process », McGraw Hill, London, 1978

Chapitre 2 : L'entrepreneur : Un personnage aux multiples facettes

2.2.6. La typologie selon Julien et Marchesnay :

Julien et Marchesnay ont proposé deux types d'entrepreneurs à partir d'une logique d'action basée sur trois critères : la pérennité, l'indépendance et la croissance¹. Tout d'abord, les deux auteurs considèrent que l'entrepreneur souhaite que son entreprise soit pérenne pour que cette dernière soit une source de vie et pouvoir la transmettre à un successeur. Ensuite, l'entrepreneur a pour motivation l'autonomie d'ordre financière ou d'ordre administratif. De ce fait, le deuxième critère est l'indépendance. Enfin, le troisième critère est la croissance et la volonté de voir l'entreprise se développer.

A ce titre, les deux types d'entrepreneur conclu par Julien et Marchesnay sont les suivantes :

a. Logique d'action entrepreneuriale PIC : Cette abréviation décrit une logique d'action qui commence par la volonté de la pérennité (P), puis l'indépendance (I), et enfin la croissance (C). D'après les deux auteurs « Ce type de comportement est répandu dans les affaires familiales, et lorsque l'entrepreneur voit sa famille grandir »²

b. Logique d'action entrepreneuriale CAP : dans ce type d'entrepreneur, l'ordre des motivations commence par la croissance (C), puis l'autonomie (A), et enfin la pérennité (P).

L'entrepreneur a une grande motivation et une complète détermination, car son activité demande un acharnement au travail, beaucoup de sacrifices, de dévouement et de persévérance. C'est un métier où le risque de faillite est très présent, d'ailleurs la plus grande majorité d'entrepreneurs échouent dans leurs premiers projets.

¹Julin P A et Marchesney M, « L'entrepreneuriat », op-cit, p : 58.

² Idem.

Chapitre 2 : L'entrepreneur : Un personnage aux multiples facettes

Section 3 : Les caractéristiques de l'entrepreneur

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

2.3.1. Le Leadership :

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

2.3.2. L'organisation et la coordination :

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

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

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

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

Chapitre 2 : L'entrepreneur : Un personnage aux multiples facettes

2.3.3. La confiance en soi et la compétitivité :

La confiance en soi concerne l'appréciation qu'a une personne sur ses capacités et son rendement. Un entrepreneur à succès croit en ses capacités. Il n'a pas peur d'explorer des opportunités ou des domaines nouveaux, de prendre des risques et de prendre des décisions difficiles en un temps record. La confiance en soi est une compétence clé pour le succès entrepreneurial, car il est facile de se démoraliser, d'être frustré à cause des difficultés rencontrées durant l'élaboration du projet entrepreneurial.

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

2.3.4. L'esprit d'innovation et la prise de risque :

Schumpeter est le premier auteur qui associe l'entrepreneur à l'innovation et le voit comme un agent de changement. En effet, selon A Fayolle « La fonction d'innovation est importante et fait de l'innovation un vecteur important du développement économique »¹.

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

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

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

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

Chapitre 2 : L'entrepreneur : Un personnage aux multiples facettes

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

Tableau n° 4 : Les caractéristiques fréquemment attribuées aux entrepreneurs

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

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

CONCLUSION DU CHAPITRE 2

A l'issue de ce chapitre, nous pouvons conclure que les approches de l'entrepreneur ont évolué ces dernières années. Leurs centres d'intérêts s'est remarquablement développé, d'un intérêt de l'être de l'entrepreneur vers un intérêt de l'agir de l'entrepreneur, pour étudier l'entrepreneuriat en tant que processus.

Par ailleurs, il est vrai que la réussite ou l'échec du projet entrepreneurial dépend des caractéristiques relatives à la personnalité de l'entrepreneur telles que ces motivations, ces attitudes et ces compétences, mais il dépend aussi de l'influence de son environnement. En effet, l'environnement dans lequel se développe le projet entrepreneurial est aussi important, puisqu'il représente une source d'opportunité pour l'entrepreneur, comme il peut être un frein à l'investissement.

A la suite de ce présent chapitre, nous pouvons affirmer notre deuxième hypothèse. En effet, même si l'esprit d'entreprendre peut être un caractère inné dans les individus, ce dernier est développé et renforcé à travers l'influence de plusieurs variables issues de l'environnement social, culturel et économique de l'entrepreneur.

CHAPITRE 3

LE PROJET ENTREPRENEURIAL

LES MODELES ET LES FACTEURS CLES DE SUCCES

INTRODUCTION AU CHAPITRE 3

La création d'entreprise est un acte qui naît au sein d'un processus en construction. Cependant, la dimension processuelle n'est intégrée dans le champ de l'entrepreneuriat que depuis une dizaine d'années. La notion de processus, tout en reposant sur les approches descriptives et comportementales, fait appel à des variables psychologiques, culturelles, sociales, politiques et économiques.

Dans notre présent chapitre, nous passons en revue, dans la première section, des modèles théoriques du processus entrepreneurial qui nous permettent de saisir les différents stades de la réalisation du projet entrepreneurial, ainsi que les facteurs personnels et environnementaux qui peuvent éventuellement intervenir dans chaque phase. Dans la deuxième section, nous mettons en relief les différents facteurs clés de succès traités par la littérature dans le domaine en question.

Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial : Les modèles et les facteurs clés de succès

Section 1 : Les modèles du projet entrepreneurial

Au début des années quatre-vingt-dix, la nouvelle orientation des travaux dans le domaine de l'entrepreneuriat remet en cause les théorisations traditionnelles en s'intéressant aux actions de l'entrepreneur. Il ne s'agit plus de s'intéresser aux traits de l'entrepreneur mais plutôt à son activité. Dans ce contexte, le phénomène de l'entrepreneuriat est désormais présenté comme un processus, en fonction des variables endogènes et exogènes qui influencent son déroulement¹.

Sur cette base, plusieurs auteurs ont développé des modèles du projet entrepreneurial. Certains se sont intéressés aux étapes du déroulement du processus, on les nomme « *les modèles processuels* ». D'autres auteurs se sont centrés sur les variables affectant le déroulement du processus de l'entrepreneuriat, on les appelle « *les modèles non processuels* ». Nous avons choisis de mettre en relief la revue de la littérature traitant des modèles processuels et non processuels du projet entrepreneurial, dans ce qui suit.

3.1.1. Les modèles processuels :

La démarche processuelle a pour objet d'analyser, dans une perspective temporelle et contingente, les variables personnelles et environnementales qui favorisent l'esprit d'entreprise, les actes et les comportements entrepreneuriaux. Dans la notion de processus l'entrepreneuriat n'est plus envisagé uniquement à travers son acteur principal, l'entrepreneur, mais comme faisant partie d'une globalité².

Selon Shane³, cette approche cherche à analyser et à expliquer les phases complexes et dynamiques de l'activité entrepreneuriale, qui vont de la génération de l'idée, en passant par la création de l'entreprise et son développement dans le temps, en tant que résultat de l'interaction de différentes variables, notamment les aspects socio-contextuels et les aspects personnels.

¹Mouloungui A M, « Processus de transformation des intentions en actions entrepreneuriales », op-cit, p : 33.

²A tounès, « L'intention entrepreneuriale », op-cit, p : 35.

³Shane S, « A general theory of entrepreneurship: the individual-opportunity nexus », Edward Elgar Publishing, UK, 2003.

Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial : Les modèles et les facteurs clés de succès

D'autres auteurs soulignent que les modèles élaborés dans l'approche processuelle, fournissent des bases pour l'analyse du travail entrepreneurial. Ainsi, ils mettent en évidence les facteurs et les conditions de succès du choix entrepreneurial¹.

Plusieurs modèles théoriques cherchent à décrire et à expliquer le processus entrepreneurial. Ils s'appuient sur les deux approches : descriptive et comportementale, en les intégrant dans une optique temporelle et complexe. Parmi ces modèles, nous présentons les suivants :

3.1.1.1. Le Modèle de Bruyat (1993) :

Dans ses travaux épistémologiques dans la création d'entreprise, Bruyat note que nombreux chercheurs négligent la prise en compte conjointe de deux variables dans l'évaluation du changement dans le processus entrepreneurial, l'environnement et l'individu qui sont des éléments « *indissociables* ». Pour l'auteur, tout modèle de recherche doit prendre en compte l'entreprise créée, le créateur, l'environnement et le processus².

Le modèle de Bruyat³ est un modèle canonique du processus de création d'entreprise qui a pour objectif de décrire et comprendre le phénomène de création d'entreprise. Il est offert comme cadre théorique pour toutes les recherches et aussi comme guide méthodologique pour la pratique. De ce fait, ce modèle vise deux types de communauté :

- Les chercheurs scientifiques en entrepreneuriat.
- Les praticiens du domaine de la création d'entreprise.

Par ailleurs, ce modèle concerne les créations d'entreprises animées par une personne unique et non pas par un groupe de personnes. Le profil du créateur d'entreprise comprend les caractéristiques suivantes :

- Le créateur d'entreprise entreprend pour la première fois.
- Le métier de l'entrepreneuriat est son seul moyen de vie. Il ne doit pas, de ce fait, l'envisager comme un investissement ou comme une activité supplémentaire.
- L'entreprise est nouvelle et indépendante. Ce modèle ne concerne pas les entreprises franchisées ou les reprises d'entreprises.

¹Mouloungui A M, « Processus de transformation des intentions en actions entrepreneuriales », op-cit, p : 33.

²Tounès A, « L'intention entrepreneuriale », op-cit, p : 38 et 39.

³Bruyat C, « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France, GrenobleII, ESA, 1993, p : 160.

Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial : Les modèles et les facteurs clés de succès

Le tableau suivant synthétise le champ de validité du modèle de Bruyat.

Tableau n° 5 : Le domaine de validité du modèle de Bruyat (1993)

Forte validité du modèle proposé	Faible validité du modèle proposé
Acteur unique	Groupe ou coalition
Acte non répétitif	Opération habituelle
Forte implication personnelle	Faible implication
Faible réversibilité	Forte réversibilité
Créateur salarié ou sans emploi	Créateur patron d'entreprise
Entreprise indépendante	Entreprise dépendante
PME ou plus	Micro-entreprise
Activité nouvelle	Reprise d'activité
Pérennité recherchée	Opération temporaire
Secteur privé marchand	Pas de but lucratif, non marchand
Economique	Politique

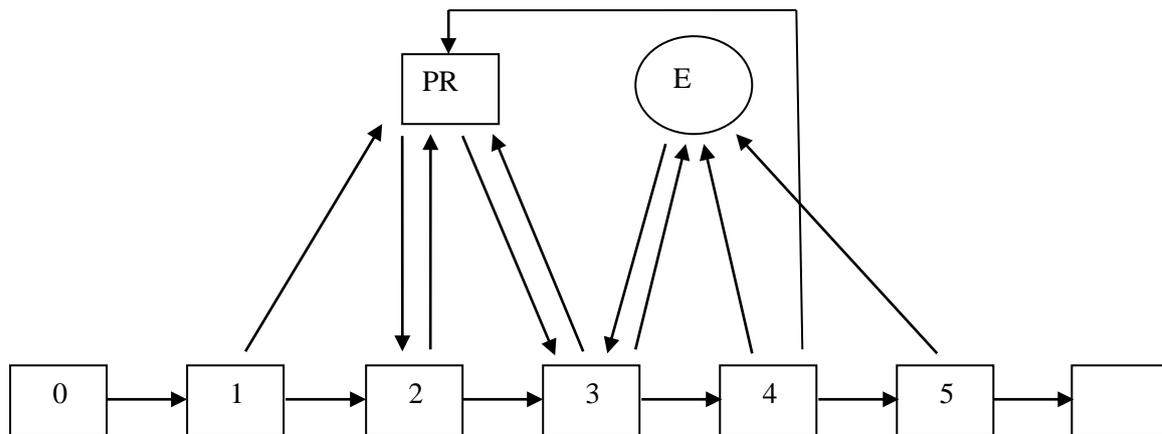
Source : Bruyat C, « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France, Grenoble II, ESA, 1993, p : 169.

L'auteur définit son modèle général canonique comme « *un outil pour systémographier des processus de création d'entreprise dans un espace de temps précis. Il peut, également, servir de base, dans des situations particulières, pour la construction de modèles instrumentés, encore plus « locaux », destinés à l'intervention* »¹. Dans ce contexte, il schématise le processus de création d'entreprise sous une forme générique comme suit :

¹Bruyat C, « Création d'entreprise : Contributions épistémologiques et modélisation », op-cit, p : 175.

Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial : Les modèles et les facteurs clés de succès

Figure n° 1 : La forme générique du processus de création d'entreprise de Bruyat (1993)



Source : Bruyat C, « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France, Grenoble II, ESA, 1993, p : 80.

Etape 0 : *"l'action de créer n'est pas perçue"* du fait de l'éducation, de la personnalité ou de l'environnement de l'individu. La création d'entreprise n'est pas intégrée dans les schémas cognitifs de l'individu.

Etape 1 : *"l'action de créer sa propre entreprise est perçue"*. L'individu a l'information nécessaire pour comprendre plus ou moins ce qu'est la création d'entreprise, sans pour autant qu'une quelconque réflexion et action ne soient entreprises.

Etape 2 : *"l'action de créer est envisagée"*. Elle est prise en compte par l'individu comme étant une alternative possible. Il a un projet flou de ce que pourrait être sa future entreprise. Il commence à rechercher une idée de création en y consacrant un peu de son temps.

Etape 3 : *"l'action est recherchée"*, car l'individu investit activement une idée et tente de l'évaluer. Cette étape se distingue de la précédente par l'engagement réel de l'individu dans le processus en consacrant du temps et de l'argent. C'est pendant cette phase que sont réalisées l'étude de marché et l'élaboration du plan d'affaire. L'individu a un statut hybride où il garde son ancienne activité s'il est salarié, ou continue à rechercher un emploi s'il est chômeur.

Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial : Les modèles et les facteurs clés de succès

Étape 4 : *"l'action est lancée"*. Les négociations avec les clients et les fournisseurs sont en cours, les procédures financières et juridiques sont déclenchées, le matériel nécessaire à la production est commandé et les premières commandes sont livrées. Si l'entreprise parvient à atteindre son seuil de rentabilité et à assurer son équilibre financier, elle passera à la dernière étape.

Étape 5 : *"l'action est réalisée"* et l'entreprise devient une entité reconnue par ses partenaires quand elle atteint son équilibre d'exploitation. Le créateur est devant une problématique de dirigeant de PME.

PR : *"l'action est perçue et refusée"*. Ce refus peut être définitif ou temporaire. L'individu a développé un projet, a recherché de l'information, mais il a renoncé pour des raisons psychologiques ou autres.

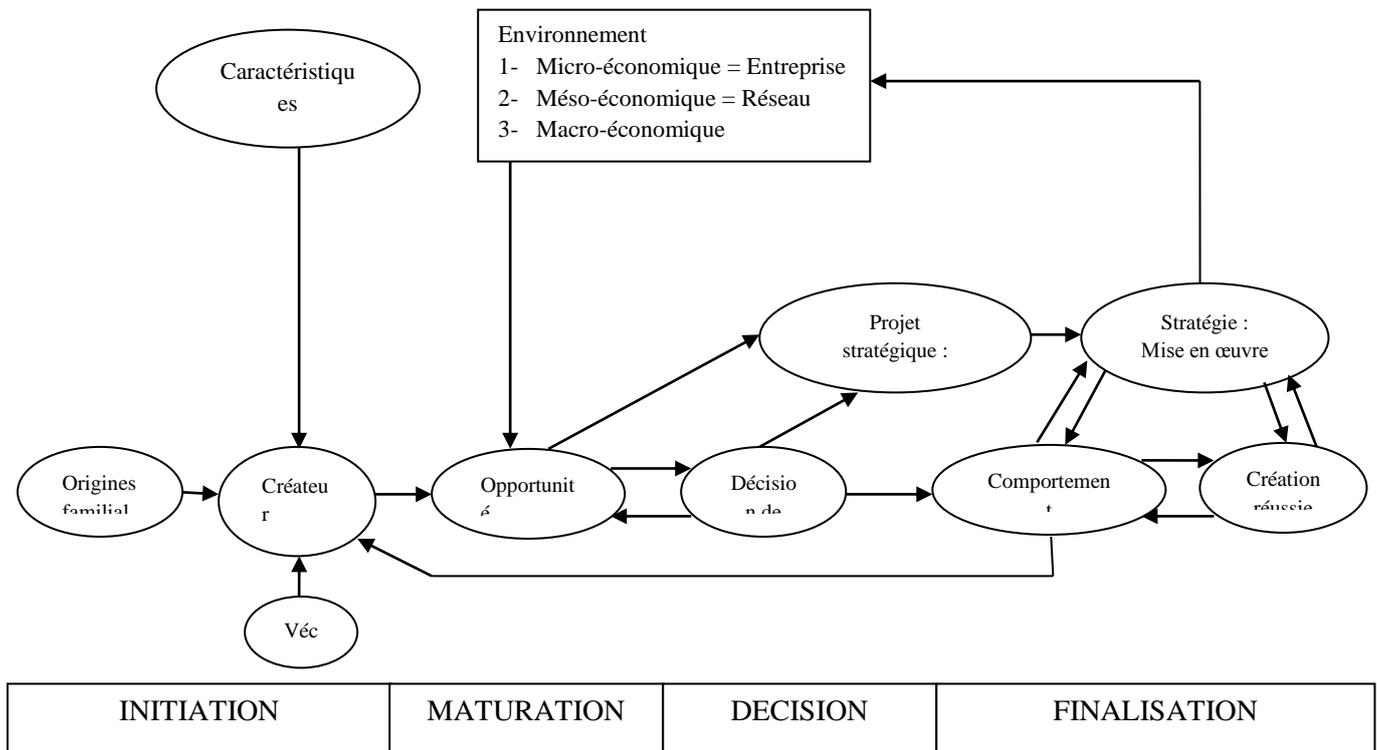
E : *"l'échec de la création"*. L'individu peut prendre du recul pour mieux réfléchir à son idée de création de l'entreprise ou renoncer à l'idée.

3.1.1.2. Le modèle d'Hernandez (1999) :

Hernandez présente un modèle stratégique où elle accorde une place importante à l'individu et à l'opportunité d'affaire. Elle distingue quatre phases où l'entrepreneur potentiel est influencé par son origine familiale, ses traits psychologiques et son histoire personnelle. Elle présente son modèle selon le schéma suivant :

Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial : Les modèles et les facteurs clés de succès

Figure n° 2 : Le modèle stratégique de l'entrepreneuriat par Hernandez (1999)



Source : Hernandez E M, « Le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique de l'entrepreneuriat », Editions Harmattan, Paris, France, p : 72.

a. L'étape d'Initiation : Reflète essentiellement la recherche d'opportunité.

Celle-ci exprime pour l'auteur l'écoute permanente et l'anticipation de l'environnement sur les évolutions démographique, technologique et les modes de vie. Selon l'auteur les causes susceptibles de provoquer l'acte d'entreprendre sont :

- *Les origines familiales :* Le créateur potentiel peut avoir des origines familiales entrepreneuriales, par conséquent, il a une idée sur le processus entrepreneurial et peut le suivre.

- *Les caractéristiques psychologiques :* Elles concernent la personnalité du créateur potentiel. Ces caractéristiques sont diverses :

- Appétit pour le risque
- L'autonomie
- La passion pour l'innovation
- La recherche du pouvoir
- Créatif
- Audacieux, etc.

Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial : Les modèles et les facteurs clés de succès

- *Le vécu* : Le créateur peut avoir déjà vécu un cas similaire en créant une entreprise, mais il est animé par l'envie d'en créer une autre.

b. La phase de Maturation : Cette étape est caractérisée par la présence d'opportunités provenant de l'environnement. Le créateur prend en considération les opportunités et les transforme en idées concrètes. Cette étape doit permettre de vérifier la cohérence entre le créateur et son projet. Lorsqu'il y a inadéquation totale, l'abandon constitue la voie la plus sage.

c. La phase de Décision de Créer : Le créateur décide de créer son entreprise. Cette décision implique des comportements entrepreneuriaux en élaborant des stratégies et des études en vue de concrétiser le projet d'entreprise.

d. La phase de Finalisation : qui représente le démarrage effectif de l'entreprise.

3.1.1.3. Le modèle de Baron (2007) :

Baron¹ propose un modèle dans lequel il suggère que l'entrepreneuriat est un processus continu. Ce dernier évolue dans le temps à travers une série de phases majeures qui se déroule dans un laps de temps plus ou moins long. Aussi, il peut suivre une grande diversité de trajectoires s'articulant autour de trois phases : la phase de déclenchement (pré-lancement), la phase de l'engagement total du créateur (lancement) et la phase de survie et développement de l'entreprise (post-lancement).

a. La phase de déclenchement : L'auteur déclare qu'il est difficile de déterminer avec exactitude quand naît l'idée de créer et quand la personne adopte le rôle d'entrepreneur. En effet, l'envie d'entreprendre se développe progressivement dans l'esprit et rétrospectivement dans les actions de l'individu, à moins que la personne, au fur et à mesure de l'évolution de sa pensée, la consigne quelque part ou la partage avec des proches.

¹Baron R A, « Entrepreneurship : A process perspective », Lawrence Erlbaum associates, London, 2007.

Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial : Les modèles et les facteurs clés de succès

Selon Baron et Shane¹, cette phase regroupe toutes les activités se produisant avant le lancement effectif de l'entreprise. Ces activités vont de la reconnaissance de l'opportunité au développement d'une intention future de se lancer dans une activité de création d'entreprise en passant par l'évaluation initiale de cette opportunité. Elles englobent également les démarches liées à la recherche d'information, de ressources financières et humaines.

b. La phase d'engagement : Une fois les ressources nécessaires acquises et rassemblées, la personne se lance dans des activités techniques de l'entreprise, telles que le développement du plan marketing, le choix du statut juridique de l'entreprise, la protection de la propriété intellectuelle des produits ou services développés.

c. La phase de survie et de développement : L'entrepreneur s'attèle aux activités de planification pour faire fonctionner son entreprise. Il s'agit généralement de la gestion du personnel et des relations avec l'extérieur (clients et fournisseurs). Ces activités exigent de l'entrepreneur des capacités interpersonnelles (résoudre les conflits, négocier, influencer et motiver les autres).

La décomposition du processus entrepreneurial en phases fait apparaître des changements observables d'une phase à l'autre. Cependant, les changements impliqués dans ce processus concernent uniquement des activités et des tâches à accomplir ainsi que des compétences spécifiques pour réaliser les diverses activités qui y sont incluses. La durée de chaque phase varie selon les individus. En outre, à l'intérieur de chacune d'elle, trois sortes de facteurs jouent un rôle primordial dans les résultats obtenus à chaque phase. Il s'agit des facteurs individuels, interpersonnels et organisationnels² :

- *Les variables individuelles :* regroupent, les comportements, la cognition, les connaissances, les compétences, les caractéristiques et l'habileté des entrepreneurs.

- *Les variables interpersonnelles :* font référence aux facteurs qui influencent les relations directes et indirectes de l'entrepreneur avec les autres. Il s'agit des éléments suivant :

¹Baron R A, Shane S, « Entrepreneurship: a process perspective », South-Western, Mason, 2004.

²Mouloungui A M, « Processus de transformation des intentions en actions entrepreneuriales », op-cit, p : 46.

Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial : Les modèles et les facteurs clés de succès

✓ Le capital social, tels que la capacité de l'individu à tirer profit des structures, les réseaux sociaux auxquels il appartient, l'aide et l'encouragement de son entourage, etc.

✓ Le capital humain, comme les connaissances propres acquises par la formation initiale et les expériences dans un domaine précis.

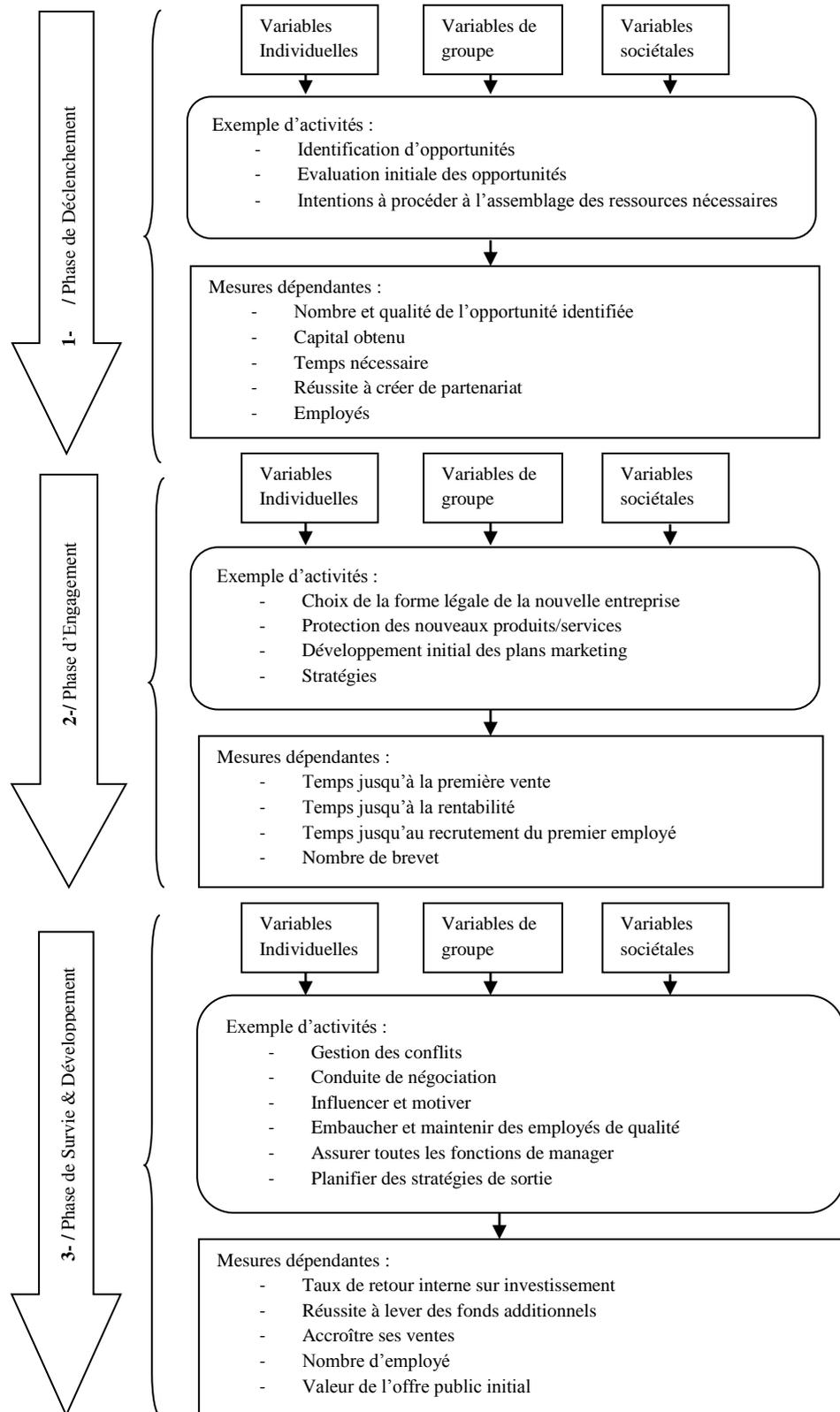
✓ La compétence sociale, par exemple la compétence utilisée au cours des interactions avec les autres à savoir la capacité à percevoir les autres tels qu'ils sont, la capacité à exprimer ses émotions, à être persuasif ou à faire bonne impression.

▪ *Les variables organisationnels* : correspondent aux facteurs liés à l'environnement politique, économique et social dans lequel l'entrepreneur opère. Il s'agit des conditions spécifiques de la société, des conditions qui permettent d'exploiter ou non les opportunités existantes et aussi de recueillir les informations sur la situation socio-économique et les politiques en vigueur liées à la création d'entreprise.

Le modèle de Baron est présenté dans le schéma suivant :

Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial : Les modèles et les facteurs clés de succès

Figure n° 3 : Les phases du processus entrepreneurial de Baron (2007)



Source : Baron R A, « Entrepreneurship : A process perspective », Lawrence Erlbaum associates, London, 2007.

Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial : Les modèles et les facteurs clés de succès

3.1.2. Les modèles non processuels :

Les modèles non processuels du projet entrepreneurial se focalisent sur les facteurs intrinsèques et extrinsèques à l'entrepreneur qui le poussent à créer son entreprise et réaliser ses objectifs entrepreneuriaux. Dans un panorama de travaux traitant de l'influence des facteurs sociaux, culturels, ethniques, institutionnels et économiques sur la formation de l'événement entrepreneurial, Shapero et Sokol¹ tentent de comprendre le déclenchement d'un événement entrepreneurial en le corrélant avec des facteurs situationnels et individuels.

A ce titre, nous présentons dans ce qui suit trois modèles traitant de l'influence des variables endogènes et exogènes sur la concrétisation du projet entrepreneurial.

3.1.2.1. Le modèle de Shapero (1975) :

Le modèle de Shapero² met en relief les différentes variables qui aident à aboutir à l'évènement entrepreneurial, qui se matérialise sous trois formes : la création d'entreprise, l'achat d'une entreprise ou la succession d'une entreprise. Selon l'auteur cet évènement est le résultat de quatre variables :

a. Les variables de situations négatives « pushes » ou positives « pulls » :

Les variables négatives, dites « pushes », concernent les situations de chômage, de licenciement, d'un mauvais cadre de travail, d'une mauvaise rémunération, d'une absence de promotion, d'une situation de travail stressante. Ces situations, malgré qu'elles soient négatives, elles ont une influence positive, puisqu'elles incitent l'individu à créer sa propre entreprise.

Pour les situations positives, dites « pulls », elles sont relatives à la découverte d'une opportunité d'affaire, d'un nouveau marché ou d'une nouvelle clientèle, la disponibilité du financement, du conseil et de l'orientation. Ces variables encouragent l'individu pour créer son entreprise.

b. Les perceptions de crédibilité de l'acte : sont relatives à des variables sociologiques, telles que le milieu familial, l'environnement local et organisationnel, ainsi les situations d'essaimage.

¹Shapero A, Sokol L, «The social dimensions of entrepreneurship », Encyclopedia of entrepreneurship, Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1982, p :72-90.

²Shapero A, « The displaced, uncomfortable entrepreneur », psychology today, 1975, p : 83-88.

Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial : Les modèles et les facteurs clés de succès

L'influence du milieu familial est très importante, puisque l'individu a de forte chance de suivre la voix des personnes proches qui ne manqueront pas de l'encourager. Par ailleurs, les situations d'essaimage, appelé l'intrapreneuriat, concerne des employés incités par leurs organismes employeurs à créer une filiale de l'entreprise mère.

c. Les perceptions de faisabilité de l'acte : Ces perceptions représentent une possibilité très élevée, pour l'individu, d'accéder aux ressources en vue de la création de l'entreprise. Selon Shapero, il s'agit de la main d'œuvre, la technologie, l'accès au marché, l'aide apportée par l'Etat et les ressources financières, etc. La disponibilité de ces ressources, encourage l'entrepreneur à entreprendre, mais leur manque représente un frein pour l'acte d'entreprendre.

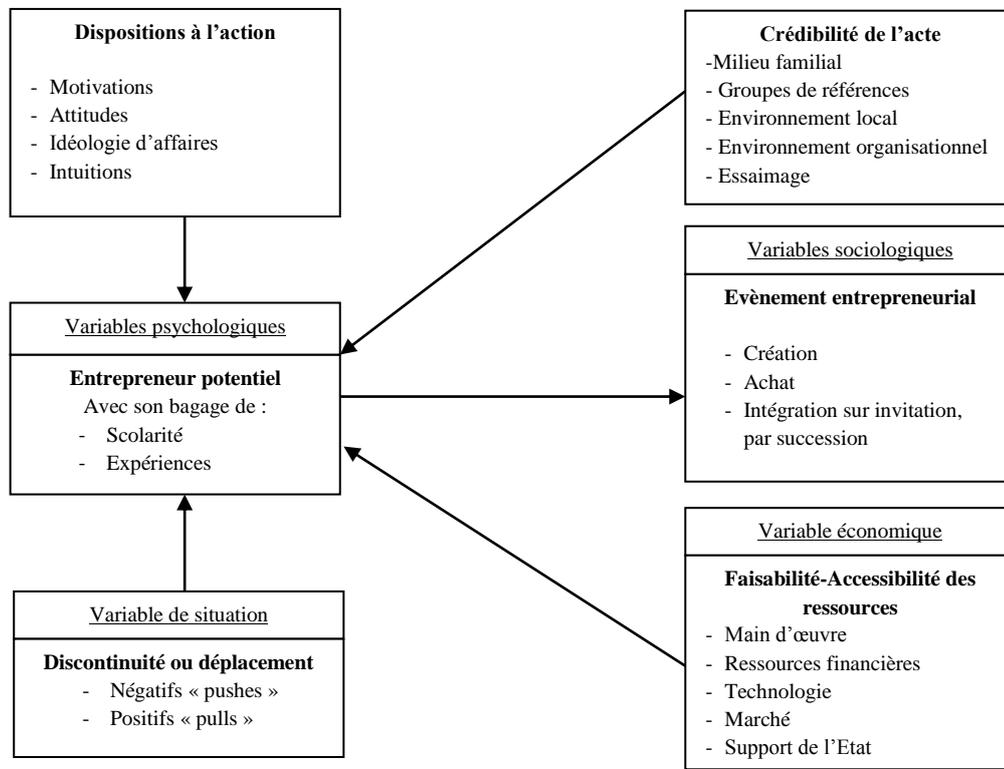
d. Les variables psychologiques : Ces variables sont propres à la personnalité, les motivations, les attitudes et l'intuition de l'individu. Dans ce cadre, il est possible de distinguer entre les personnes qui aiment l'aventure, le risque, l'autonomie. Ces personnes sont plus susceptibles de créer une entreprise, contrairement aux personnes qui aiment le salariat, la stabilité et échappent à la prise de risque.

Au final, toutes les variables de situation positives ou négatives, les variables sociologiques, économiques ou psychologiques, conjointement aux antécédents de l'individu, ont une influence sur l'individu et la possibilité d'émergence de l'acte entrepreneurial.

Le schéma suivant représente le modèle de Shapero :

Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial : Les modèles et les facteurs clés de succès

Figure n° 4 : Le modèle non processuel de Shapero (1975)



Source : Shapero A, « The displaced, uncomfortable entrepreneur », *psychologie today*, 1975, p : 83-88.

3.1.2.2. Le modèle de Bygrave (1989) :

Bygrave¹ écrit que le processus de création d'entreprise tel que décrit dans son modèle fait partie intégrante du paradigme entrepreneurial de la création d'organisation². Le processus entrepreneurial en amont est relatif aux variables suivantes :

b. Des variables inhérentes à l'individu : L'auteur les répartit en deux groupes. Le premier agit sur la naissance de l'idée : besoin d'accomplissement, contrôle interne, prise de risque, valeurs personnelles, formation et expérience antérieure. Le second intervient au niveau du déclenchement de l'événement de création : prise de risque, insatisfaction au travail, perte d'emploi, formation, âge, sexe et engagement.

¹Bygrave D, «The entrepreneurship paradigm (II) : chaos and catastrophes among quantum jumps ? », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1989b, p : 8.

²Verstraete et Fayolle (2004) ont proposé les quatre paradigmes dominants pour la recherche en entrepreneuriat à savoir : l'opportunité d'affaires, la création d'organisation, la création de valeur et l'innovation,

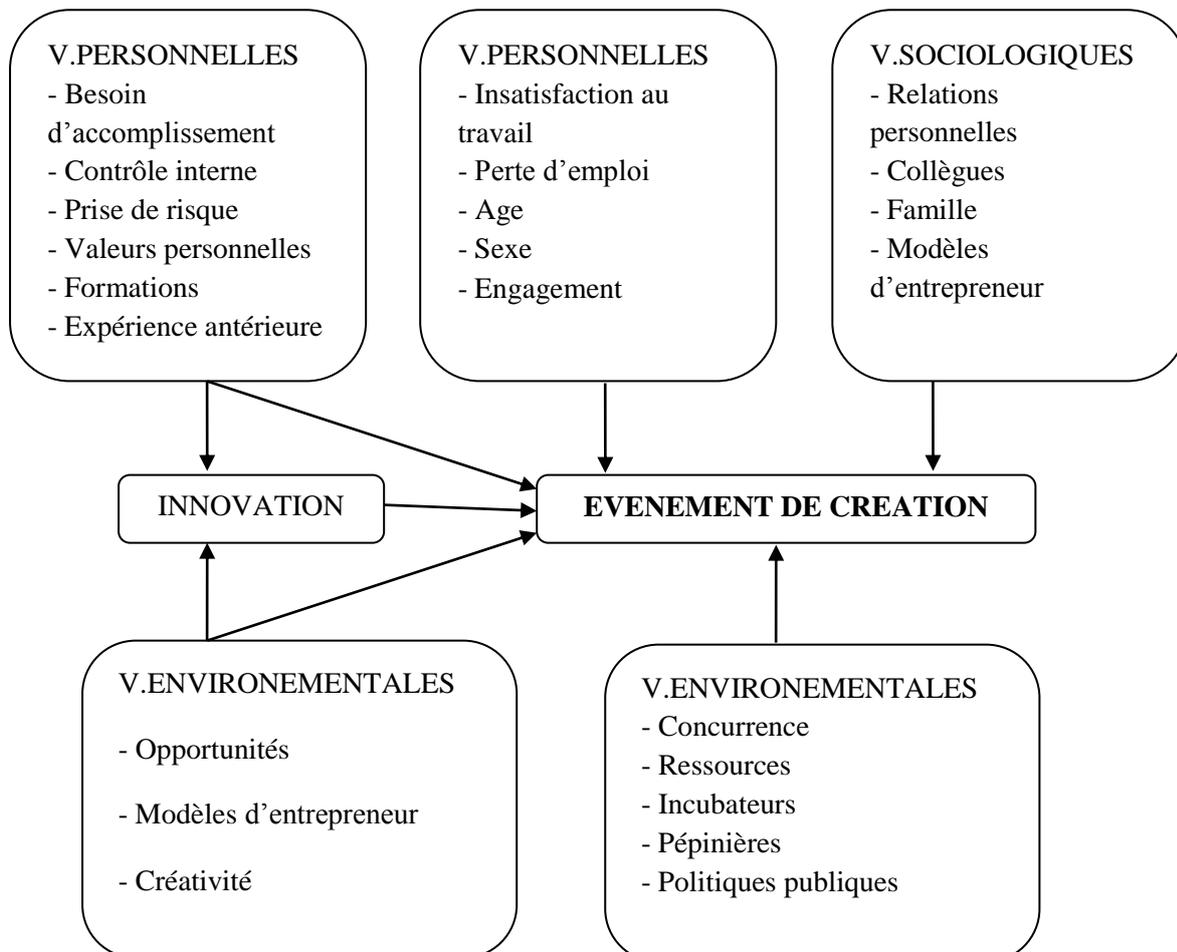
Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial : Les modèles et les facteurs clés de succès

c. Des variables sociologiques : qui sont l'influence des relations personnelles, des collègues, de la famille et de modèles d'entrepreneur

d. Des variables environnementales : réparties en deux groupes. Le premier a un impact sur la naissance de l'idée et le déclenchement de l'événement : opportunités, modèles d'entrepreneur et créativité. Le second intervient sur le déclenchement de l'événement et sa mise à exécution : la concurrence, les ressources, les incubateurs ou les pépinières et les politiques publiques en faveur de l'entrepreneuriat.

L'auteur présente son modèle selon le schéma suivant :

Figure n° 5 : Le modèle de création d'entreprise de Bygrave (1989)



Source: Bygrave D, «The entrepreneurship paradigm (II) : chaos and catastrophes among quantum jumps ? », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1989b, p : 8.

Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial : Les modèles et les facteurs clés de succès

Bygrave décrit l'évènement entrepreneurial par les caractéristiques suivantes:

1. L'évènement entrepreneurial est une discontinuité.
2. La discontinuité contient aussi bien le prodigieux que le faible progrès.
3. L'évènement entrepreneurial est le produit de plusieurs variables.
4. L'évènement est déclenché par des changements qui affectent les facteurs qui lui sont antérieurs.
5. Les changements sont souvent de faible ampleur et non des progrès majeurs.
6. L'évènement entrepreneurial est unique : deux événements ne se ressemblent jamais.
7. Le processus est instable. Son évolution est très sensible aux changements mineurs qui affectent les facteurs qui le déclenchent.
8. Le processus est holistique. On ne peut analyser l'évènement en analysant isolément les variables en jeu.

Selon l'auteur, dans la recherche en entrepreneuriat, il est presque impossible de réduire les problèmes à des facteurs qui peuvent être considérés isolément. Il faut éviter, chaque fois que possible, le réductionnisme dans la recherche et envisager l'approche dans sa globalité. De ce fait, pour comprendre les causes de l'évènement entrepreneurial, il est important de comprendre les changements dans les facteurs antérieurs, qui ont déclenché l'évènement. Le plus souvent, les créations d'entreprise, y compris celles qui se sont accompagnées d'innovations importantes, sont déclenchées par une succession de changements relativement faibles dans les variables affectant le processus entrepreneurial.

3.1.2.3. Le modèle systémique d'émergence des entrepreneurs de Sabourin et Gasse (1989) :

Sur la base d'un modèle de développement d'entrepreneurs, à partir d'une étude de huit programmes professionnels de formation, Sabourin et Gasse¹ constatent qu'il existe une relation positive entre les intentions de démarrage et le potentiel entrepreneurial. Les variables qui agissent sur ce dernier, se répartissent en trois groupes :

¹Sabourin J P, Gasse Y, « Le potentiel entrepreneurial et les intentions de création d'entreprise des élèves et des diplômés de cégep », Revue P.M.O., 1989, vol. 4, n° 1, p : 21.

Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial : Les modèles et les facteurs clés de succès

a. Les antécédents représentent l'ensemble des facteurs personnels et environnementaux qui favorisent l'apparition de prédispositions chez un individu. L'environnement dans lequel il évolue facilite ou inhibe son cheminement vers une carrière entrepreneuriale. Ils remarquent, par exemple, que les élèves ayant des parents travaillant à leur compte, ont un plus fort potentiel entrepreneurial comparativement aux autres.

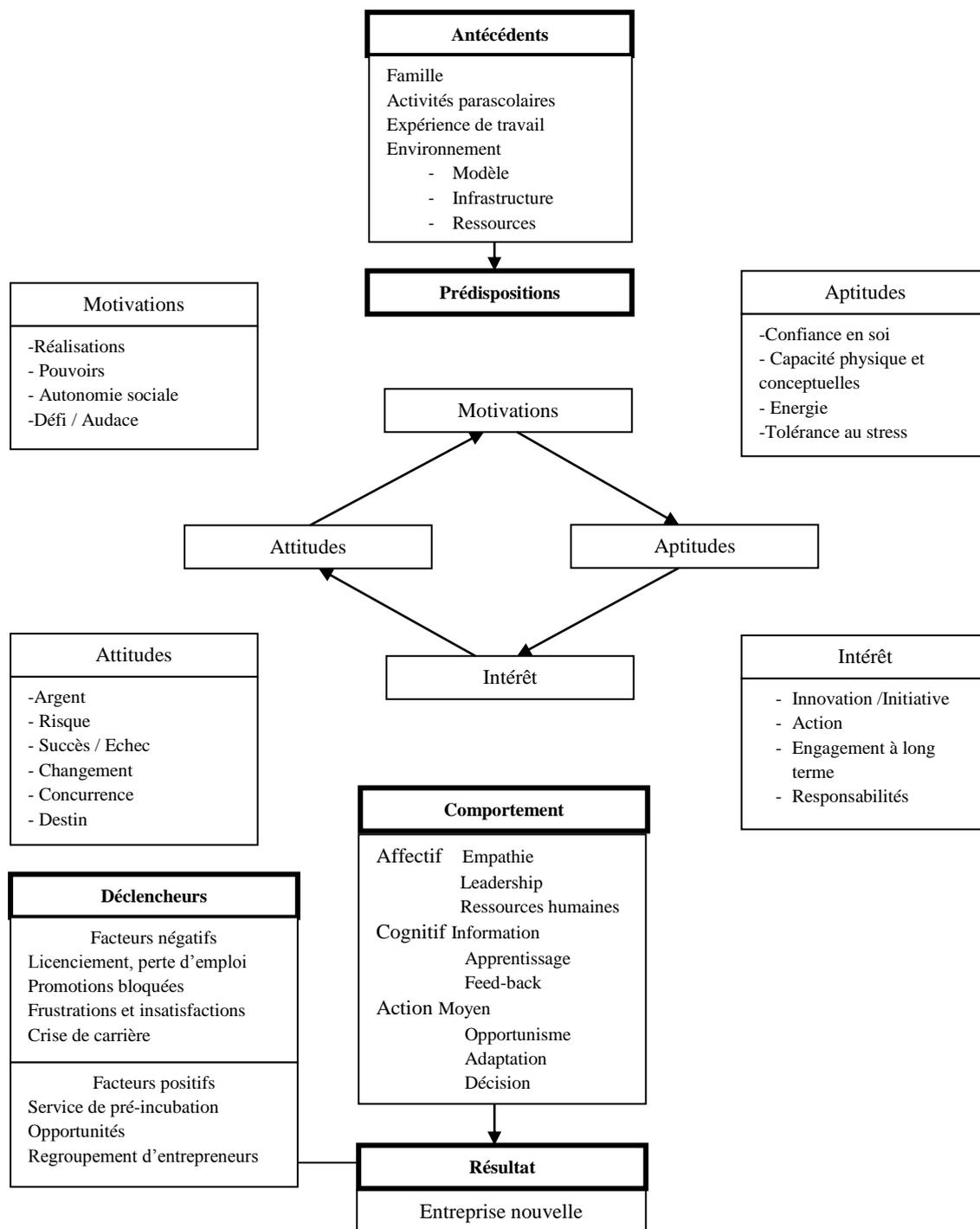
b. Les prédispositions sont l'ensemble des caractéristiques psychologiques décelées chez un entrepreneur. Ce sont "*les motivations, les attitudes, les aptitudes et l'intérêt*" qui dans un contexte favorable, interagiront pour se manifester en comportement.

c. Les déclencheurs La concrétisation du potentiel entrepreneurial par un projet qui aboutit à un lancement se produit souvent sous l'effet de "*déclencheurs*" qui sont des facteurs de "*discontinuité*" et des facteurs "*positifs*". La présence de déclencheurs plus intenses, incitera un plus grand nombre d'individus à démarrer une entreprise, et en principe, les individus à fort potentiel entrepreneurial, auront besoin d'un déclencheur plus faible.

Le modèle du développement des entrepreneurs par Sabourin et Gasse est présenté dans le schéma suivant :

Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial : Les modèles et les facteurs clés de succès

Figure n° 6 : Le modèle du développement des entrepreneurs par Sabourin Gasse (1989)



Source : Sabourin J P, Gasse Y, « Le potentiel entrepreneurial et les intentions de création d'entreprise des élèves et des diplômés de cégep », Revue P.M.O., 1989, vol. 4, n° 1, p : 22.

Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial : Les modèles et les facteurs clés de succès

Section 2 : Les facteurs clés de succès du projet entrepreneurial

Dans le monde de l'économie, un facteur clé de succès est défini comme l'ensemble des éléments que l'entreprise doit maîtriser pour se positionner sur le marché et avoir un avantage concurrentiel. En d'autres termes, les facteurs clés de succès sont les éléments considérés comme étant un gage de réussite pour une période donnée dans un secteur donné. A ce titre, nous avons choisi de développer les principaux facteurs clés de succès du projet entrepreneurial selon la littérature.

Gartner¹ (1985) a identifié quatre éléments essentiels pour le succès de la démarche entrepreneuriale. Ces éléments regroupent la pluralité des facteurs influençant la réussite ou l'échec d'une entreprise. Il s'agit des éléments liés à l'individu créateur, des éléments liés au projet, des éléments liés à la méthode suivie, des éléments liés à l'environnement, que nous présentons dans ce qui suit :

3.2.1. Les facteurs liés à l'individu :

Schumpeter considère que les caractéristiques de l'individu qui crée son entreprise sont déterminantes pour comprendre son succès ou son échec. Dans ce contexte, tous les auteurs s'accordent à dire que l'individu est un facteur clé dans le succès d'une entreprise en création. Les caractéristiques de l'individu qui influencent la réussite ou l'échec d'une création d'entreprise, recouvrent différentes dimensions : la personnalité, les motivations et les compétences.

3.2.1.1. La personnalité : Beaucoup d'études évoquent la personnalité de l'entrepreneur comme un facteur clé de la réussite entrepreneuriale et citent un certain nombre de qualités favorisant cette réussite comme la capacité de réagir rapidement, la capacité de négociation, la volonté d'apprendre, la capacité à convaincre les bonnes personnes à s'investir, l'enthousiasme, la capacité à rester fidèle au projet initial, la détermination et la relation obsessionnelle avec son entreprise.

¹ Gartner W B, 1985, « A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation », Academy of management review, Vol.10, N° 4, 1985, p : 701.

Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial : Les modèles et les facteurs clés de succès

3.2.1.2. Les motivations : Le dictionnaire de l'éducation de Legendre définit la motivation comme « l'ensemble des désirs qui pousse une personne à accomplir une tâche ou à viser un objectif correspondant à un besoin ». Par ailleurs, Schemerhorn et al. définissent la motivation comme « l'ensemble des énergies qui sous-tendent l'orientation, l'intensité, et la persistance des efforts qu'un individu consacre à son travail »¹.

a. Les types de motivations : Il existe deux facettes de la motivation : la motivation intrinsèque et la motivation extrinsèque.

▪ **La motivation intrinsèque :** On dit qu'une personne est intrinsèquement motivée, lorsque son action est volontaire. Aussi, la motivation est intrinsèque, lorsque l'action est conduite uniquement par l'intérêt et le plaisir que l'individu trouve à l'action. Cette motivation est importante, puisqu'elle permet à l'individu d'agir sans qu'il ne soit obligé, tout en générant des résultats positifs sur la performance. D'après Lesaget², la motivation intrinsèque s'appuie sur trois éléments :

- La curiosité intellectuelle est l'envie qui pousse la personne à bien cerner son métier.
- Le désir d'évoluer est le désir d'améliorer son savoir et son savoir-faire.
- L'envie de donner sens à sa vie, en effet en travaillant l'individu donne un sens à sa vie.

▪ **La motivation extrinsèque :** La motivation extrinsèque est liée à des facteurs externes qui poussent l'individu à agir. C'est-à-dire que la personne agit pour obtenir en contrepartie une récompense palpable telle que les primes et les promotions, et/ou une récompense non palpable telle que le besoin de s'affirmer au travail.

Les motivations pour créer une entreprise, jouent un rôle important dans le processus entrepreneurial. En effet, plusieurs auteurs s'accordent à dire que ces motivations constituent un des facteurs qui influence le passage de la décision de devenir entrepreneur à la création effective d'une entreprise. Ces motivations font ressortir une diversité d'objectifs tels que le désir d'indépendance et d'autonomie, le désir d'être son propre patron, et le désir de se créer un emploi.

¹Schemerhorn et al. « Comportement humain et organization », Village Mondial, Paris, 2002, 2^{ème} édition, p :127

²Lesaget M, « Le manager intuitif : une nouvelle force », Dunod, Paris, 1992.

Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial : Les modèles et les facteurs clés de succès

D'autres recherches rapportent, également, que les entrepreneurs semblent animés d'un plus grand besoin d'accomplissement ainsi que d'un plus grand désir de se bâtir une réputation sociale que la population en général. Enfin, l'identification d'une opportunité, la recherche d'un style de vie ou encore la passion, sont aussi des motivations conduisant le créateur à persister dans son idée de créer.

b. Les facteurs de motivations : la motivation de l'entrepreneur dépend de plusieurs facteurs :

- **Les facteurs de motivations personnels :** Les facteurs personnels sont relatifs à la personnalité de l'entrepreneur, de ces besoins et de ce qu'il désire obtenir. Ces facteurs sont multiples tels que le besoin d'autonomie, le désir de liberté et d'indépendance, le désir de prise de décision, le besoin d'accomplissement personnel et professionnel.

- **Les facteurs de motivations positives ou négatives :** Les motivations qui poussent les individus à créer leur propre entreprise, peuvent surgir de situations négatives ou positives. Les situations positives qui peuvent motiver l'individu à entreprendre, sont, par exemple, l'opportunité d'affaire qui se présente comme une source de création de richesse. Aussi, les politiques engagées par l'Etat dans certains pays pour encourager la création d'entreprise, ou les facilités qui proviennent des structures d'accompagnement. Par ailleurs, les situations négatives qui motivent l'individu d'entreprendre, peuvent provenir du licenciement, le chômage, la discrimination, l'insatisfaction au travail (le stress, la pression, un mauvais encadrement au travail, l'absence de promotion, etc...)

- **Les facteurs de motivation psychologiques :** Les facteurs psychologiques sont définis comme un ensemble de traits chez un individu qui fait de lui un être unique dans sa manière de penser et d'être avec les autres¹. En effet, ces facteurs sont propres à la personnalité de l'entrepreneur, à sa manière d'agir avec son environnement et sa manière de penser qui peuvent faciliter son penchant vers l'action d'entreprendre. Les facteurs psychologiques dépendent des convictions de l'individu et de ses valeurs. Ils sont relatifs à la créativité, l'énergie, le leadership, la tolérance de l'incertitude.

¹www.intello.fr, le 19/07/2015, 21h00

Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial : Les modèles et les facteurs clés de succès

▪ **Les facteurs de motivation socioculturels :** Le milieu social et culturel est représenté par la famille, le système éducatif, l'environnement social, les cultures et les coutumes du pays. La famille représente un levier important de motivation. En effet, l'individu issu d'une famille d'entrepreneurs, l'envie d'imiter devient importante et où il peut aussi acquérir du savoir et de l'expérience. Par ailleurs, les recherches qui concernent l'origine sociale des entrepreneurs, montrent que leurs parents proches sont propriétaires d'entreprises, artisans indépendants, ou exercent des professions libérales.

3.2.1.3. Les compétences : Au-delà de la personnalité et des motivations de l'entrepreneur, les auteurs s'attachent à montrer l'influence considérable des compétences sur le succès d'un projet entrepreneurial. C'est pourquoi les capacités d'apprentissage du créateur sont essentielles. Ces qualifications peuvent être acquises directement par l'entrepreneur, par la formation ou par l'expérience, ou tout simplement disponibles dans l'entourage. Les compétences sont acquises par l'éducation scolaire, la formation professionnelle et les expériences entrepreneuriales antérieures.

3.2.2. Les facteurs liés au projet :

Il est important de s'intéresser à deux dimensions spécifiques liées au projet entrepreneurial. D'une part l'adéquation entre le projet et l'individu et d'autre part le capital financier.

a. L'adéquation entre le projet et l'individu : Même si une bonne opportunité a été identifiée, il convient d'estimer l'adéquation de ce projet avec la personnalité et l'expérience nécessaire du porteur de projet avant d'entrer dans le processus entrepreneurial. Il est, par ailleurs, nécessaire de vérifier si le projet est en adéquation avec l'engagement, les qualifications et la situation actuelle de l'entrepreneur.

b. Le capital financier : Le capital financier, que ce soit le financement bancaire ou les subventions, dont dispose l'entrepreneur, est essentiel pour déterminer le succès ou l'échec du projet entrepreneurial. En effet, les recherches dans le domaine soulignent que les contraintes de liquidité peuvent exclure des créateurs potentiels. En effet, le manque d'apport financier constitue un frein pour la réalisation de leur objectif entrepreneurial.

Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial : Les modèles et les facteurs clés de succès

3.2.3. Les facteurs liés à la méthode de création :

Les facteurs liés à la méthode de création se réfère à la fois à la dimension d'accompagnement des porteurs de projets et la rédaction par ces derniers d'un business plan.

3.2.3.1. Le rôle de l'accompagnement : plusieurs études ont démontré l'importance de l'accompagnement tout au long du processus entrepreneurial. En effet, une aide financière bien adaptée aux besoins des entrepreneurs et une disponibilité de personnes compétentes pour le conseil durant la phase de préparation, sont des facteurs clés de succès pour la mise en œuvre du processus entrepreneurial et pour la persévérance dans ce processus jusqu'au lancement de l'entreprise.

Selon des études réalisées par l'Agence Pour la Création d'Entreprise (APCE) en 1998¹, le choix de la structure d'accompagnement pour préparer le projet entrepreneurial est primordial pour la survie de la jeune entreprise. Dans ce contexte, Siegel précise qu'il existe une multiplicité d'aides potentielles. Il distingue ainsi trois types d'accompagnement : l'appui financier, le soutien logistique et le développement de réseaux de conseil et de formation. Ce dernier a une plus forte valeur ajoutée pour les créateurs d'entreprise, car il permet à la fois d'acquérir ou d'approfondir des compétences essentielles, mais également de se construire un réseau et de bénéficier de synergies enrichissantes. En effet, les résultats de l'étude de l'APCE montrent que les chances de survie du nouveau projet entrepreneurial augmentent de 67%, si l'entrepreneur consulte au moins un conseiller, contre 56%, si l'entrepreneur ne consulte personne. Les structures d'accompagnement sont diverses, et sont résumés dans ce qui suit :

a. Les instituts de conseil et de suivi : Selon Leyronos et Sammut² « *les incubateurs ont pour objet d'aider les porteurs de projet en leur fournissant des conditions préférentielles de loyer et des ressources communes variés et divisibles (téléphone, fax, photocopieuse, ordinateur, accès à internet, logiciels de simulation pour plan d'affaires ...)* ». Le principal objectif de ces institutions, réside dans le conseil et l'accompagnement dédiés aux porteurs de projets. Les incubateurs d'entreprise ont un but non lucratif et appartiennent aux collectivités locales ou à des associations d'entreprises.

¹ APCE, « Créer une entreprise : l'idée, la préparation, le lancement », 1998, Edition APCE.

² Leyronos C, Sammut S, « Le réseau d'aide à la création et au démarrage d'entreprise », Editions Management et Société, 2001, p 19

Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial : Les modèles et les facteurs clés de succès

Selon Sammut¹ « *Ces systèmes ont le rôle de sensibilisation des gens pour créer leurs propres entreprises et de les conseiller notamment sur le secteur favorable à l'investissement, ou de la rédaction d'un business plan ou autres informations* ».

b. Les institutions de financement : Le problème le plus souvent évoqué en matière de création d'entreprise est celui du financement, car l'accès au capital peut représenter une importante barrière à l'entrée dans la fonction d'entrepreneur. Ce dernier peut provenir d'un apport personnel tout comme le crédit bancaire.

3.2.3.2. L'utilité du business plan : L'importance de la réflexion stratégique pendant le processus de lancement d'une entreprise fait consensus pour l'ensemble des auteurs, mais les avis divergent en ce qui concerne la nécessité de formaliser un business plan.

En effet, certains auteurs considèrent que la rédaction d'un business plan au début du processus entrepreneurial a pour effet de paralyser l'action entrepreneurial. Ils soulignent la complexité de la présentation du business plan qui demande beaucoup de temps. Dans leurs études, les auteurs montrent que les nouvelles entreprises lancées avec un business plan formel ne sont pas ensuite plus performantes, en termes de ressources, de revenu net et du nombre d'employés, que celles créées sans business plan.

Par ailleurs, la majorité des auteurs défendent l'importance de la conception d'un business plan pour démontrer la cohérence du projet ainsi que la capacité du créateur à présenter sa vision. Aussi, le business plan incite l'entrepreneur à un effort d'anticipation essentiel pour ne pas être pris au dépourvu par les difficultés. Par appui, une étude réalisée en 2003 sur 223 nouvelles entreprises en Suède montre que le business plan réduit le risque de dissolution d'une nouvelle entreprise, favorise le développement du produit et facilite l'organisation des activités car il donne un cadre général pour se focaliser sur les actions importantes et ne pas dévier des objectifs stratégiques.

¹Sammut S, « Comment aider les petites entreprises jeunes », Revue Française de Gestion, N°121, 1998, p 8.

Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial : Les modèles et les facteurs clés de succès

Le business plan est, donc, un facteur clé de succès qui permet de sécuriser le passage de l'idée au projet. Cependant, une mauvaise planification du business plan, présente un vrai obstacle pour le succès de l'entreprise, car cela entraîne une mauvaise estimation de la demande du marché, un mauvais rythme des dépenses, des décisions hâtives en cas de difficultés et une incapacité à comprendre les besoins en capital d'une entreprise qui grandit.

Toutefois, le business plan et une réflexion poussée ne permettent pas nécessairement de tout prévoir. Il faut parfois agir avant de décider de l'ensemble de la stratégie, car l'action permet de gagner du temps pour saisir les opportunités et d'avancer dans la planification et l'élaboration du projet. Il est, donc, nécessaire de planifier au fur et à mesure, entre l'action et la réflexion, ce qui permet de mettre au point progressivement une stratégie adaptée aux difficultés rencontrées.

3.2.4. Les facteurs liés à l'environnement :

Un projet de création d'entreprise s'inscrit toujours dans un environnement qu'il convient de prendre en compte. Cet environnement peut être favorable ou défavorable pour l'entrepreneur. Plusieurs chercheurs s'accordent à dire que l'environnement du projet entrepreneurial est aussi important que les caractéristiques de l'entrepreneur lui-même sur la réussite finale du projet. La concordance entre l'idée que s'est forgée l'entrepreneur et la réalité à laquelle il est confronté, est cruciale pour la réussite du projet. La survie d'une entreprise dépend de caractéristiques environnementales et des stratégies du créateur d'entreprise, il faut donc adapter les stratégies aux conditions environnementales.

Par ailleurs, sachant que l'environnement est un élément dynamique changeant, les entrepreneurs doivent rester attentifs aux nouvelles opportunités qui se présentent. En effet, les circonstances peuvent être sources d'opportunités. L'entrepreneur doit savoir tirer parti des conditions environnementales et détecter les opportunités que lui offre le contexte. Aussi, pour qu'une idée de création d'entreprise soit viable, elle doit disposer d'un potentiel sur le marché, ce qui incite également l'entrepreneur à bien étudier son environnement.

Dans ce contexte, deux dimensions de l'environnement sont étudiées pour comprendre leur influence sur la réussite ou l'échec du processus entrepreneurial :

Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial : Les modèles et les facteurs clés de succès

a. Les partenariats et relations institutionnelles : La prise en compte de l'environnement par l'entrepreneur passe notamment par ses relations avec l'ensemble des acteurs économiques et sociaux. Ainsi, la capacité à construire et négocier des partenariats efficaces pour le bénéfice de l'entreprise, est un facteur de succès, car ils permettent de créer de la valeur pour l'entreprise qui est en cours de création en mettant en commun les compétences et les ressources qui peuvent être complémentaires.

b. L'entourage social : L'entourage social de l'entrepreneur est considéré par certains auteurs comme un facteur clé de succès pour la création d'entreprise. Plus spécifiquement, le milieu familial est un atout pour la création d'entreprise, car il constitue un modèle à suivre ou un soutien en cas de difficultés.

A l'opposé de ces facteurs clés de succès, nous trouvons des facteurs d'échec liés à l'entrepreneur tel que son expérience, ses compétences, sa motivation et sa formation. Ainsi, que des facteurs d'échec liés à l'environnement tel que la mauvaise maîtrise du marché. Des facteurs liés à l'insuffisance des ressources financières et des facteurs liés à l'organisation tels que l'incompétence du personnel et la mauvaise organisation.

CONCLUSION DU CHAPITRE 3

Les recherches menées dans le domaine de l'entrepreneuriat, plus précisément, du processus entrepreneurial ont identifié plusieurs variables qui ont une influence sur la réussite ou l'échec de l'activité entrepreneurial que l'entrepreneur devrait prendre en considération pour la concrétisation de son projet entrepreneurial.

En effet, les études en question ont déterminé comme facteurs clés de succès du projet entrepreneurial : l'âge, l'expérience professionnelle, le diplôme d'origine et la motivation. Plusieurs recherches dans le domaine précisent que, généralement, les entreprises créées par les personnes de moins de trente ans ne dépassent pas les cinq ans. Aussi, en appui des conclusions de Fillion, la formation constitue un support important pour l'entrepreneur, car elle possède une dimension d'incitation alimentant le processus de création d'entreprise.

Par ailleurs, la formation permet l'insertion de l'entrepreneur dans le réseau entrepreneurial. Les différents apprentissages représentent un levier important pour le bon démarrage de l'entreprise et son fonctionnement. L'expérience professionnelle représente un atout majeur pour les entrepreneurs dans l'accomplissement de leur métier. Enfin, P A Julien considère que « l'accompagnement entrepreneurial s'inscrit dans la perspective de l'aide ou conseil à la création et au management stratégique »¹. De ce fait, l'accompagnement joue un rôle important. En effet, il est, à la fois, structure de conseil, d'orientation et une source de financement.

¹Julien P A, « Les PME bilan et perspectives », Edition Economica, 2^{ème} édition, Paris, 1997.

CHAPITRE 4

L'EVOLUTION DE L'ENTREPRENEURIAT EN ALGERIE

INTRODUCTION AU CHAPITRE 4

Depuis l'indépendance, l'Algérie est passée par deux types d'économie, l'économie planifiée : au lendemain de l'indépendance jusqu'à l'ère du choc pétrolier de 1985. Ensuite, l'Etat algérien a choisi d'adopter l'économie de marché, jusqu'à nos jours. Le mode de création d'entreprise, le style de management et l'environnement des affaires ont été sévèrement affectés.

Dans ce contexte, depuis le passage à l'économie de marché, l'Etat déploie de plus en plus d'efforts pour soutenir la création d'entreprise. A ce titre, l'Algérie met en place de nombreux programmes de soutien et de mise à niveau des entreprises, afin d'améliorer leur compétitivité au niveau national et international.

Dans ce chapitre, nous passons en revue, dans la première section, une odyssée de la de la création d'entreprise en Algérie. Dans la deuxième section, nous présentons la structure de promotion de l'entrepreneuriat dans le pays, à savoir : le Forum des Chefs d'Entreprise, l'organisation au sein de laquelle nous avons effectué notre stage pratique. Enfin, dans la troisième section, nous mettons en relief le fonds d'investissement JIL'FCE, qui est une section du Forum des Chefs d'Entreprise, et l'objet même de notre étude.

Chapitre 4 : L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

Section 1 : La création d'entreprise en Algérie

Nous relatons dans cette section, les principales phases de développement de la création d'entreprise en Algérie, ainsi que les principaux indicateurs de l'activité entrepreneuriale du pays. Par ailleurs, nous mettrons l'accent sur les principales structures d'accompagnement public dans le domaine de la création d'entreprise.

4.1.1. L'émergence de la création d'entreprise en Algérie

L'Algérie a connu deux économies totalement différentes l'une de l'autre, particulièrement en matière de gestion et de création d'entreprise. La première est l'économie administrée, dans le cadre d'une politique de développement axée sur l'entreprise publique, l'entreprise privée est sévèrement contrôlée. La deuxième concerne l'économie de marché, dans le cadre de la nouvelle politique axée sur la promotion de l'entreprise privée¹.

a. La période de l'économie planifiée : de l'indépendance jusqu'à 1990

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

Néanmoins, en 1982, l'Etat algérien accorde au secteur privé un rôle complémentaire avec un niveau d'investissement plafonné à 35 millions Francs, et limité dans les activités de transformation et distribution. Le secteur privé est promu à assumer un rôle complémentaire au secteur public, qui est le moteur de développement de l'économie algérienne à cette époque.

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

Chapitre 4 : L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

Les promoteurs privés se sont dirigés vers les secteurs des services et du commerce. Cependant, ils n'ont pas trouvé l'environnement favorable pour leur développement. En effet, la législation du travail et la fiscalité étaient très lourdes, et le commerce extérieur était fermé. Par ailleurs, le financement par les banques était plafonné à 30% du montant total de l'investissement et les montants investis ne doivent pas dépasser les 35 millions de dinars pour une société de responsabilité limitée (SARL), ainsi que l'interdiction de posséder plusieurs investissements par un seul entrepreneur¹.

Durant cette période, l'économie algérienne est essentiellement basée sur le secteur des hydrocarbures et fait face à un endettement très important suite au choc pétrolier en 1985. Cet évènement pousse les pouvoirs publics à entamer plusieurs réformes économiques, notamment le programme d'ajustement structurel, adopté en concertation avec le FMI et la Banque Mondiale, ainsi que la restructuration des entreprises publiques. Dans ce contexte, la restructuration concerne le découpage de l'entreprise mère en des entités plus petites et plus spécialisées, avec comme principal objectif, une gestion plus transparente et décentralisée.

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

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

¹ Gharbi A, « Les PME en Algérie : Etat des lieux », Cahier du Laboratoire de Recherche sur l'Industrie et l'Innovation, Université du Littoral Côte d'Opale, n° 238, Calais, Mars 2011, p : 6.

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

Chapitre 4 : L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

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

b. Le passage à l'économie de marché : à partir des années 1990

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

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

Par ailleurs, le rôle du secteur privé dans l'économie du pays devient plus important, à travers le code de la promotion de l'investissement, mis en place par la promulgation du décret législatif du 05/10/1993. En effet, la fin du monopole étatique a été signée par le désengagement de l'Etat dans plusieurs secteurs économiques, ainsi que l'ouverture du marché au secteur privé axé sur la concurrence et la compétitivité.

L'arrivée du privé a permis la création des petites et moyennes entreprises dont la valeur devient importante en matière de production et de création d'emploi. Ainsi, près de 75% des petites et moyennes entreprises recensées ont été créées après ce nouveau code².

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

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

Chapitre 4 : L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

Le code d'investissement, en question, représente la pierre angulaire de la volonté de l'Etat à l'ouverture de l'économie au secteur privé. Il s'articulait autour des points suivants :

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

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

L'année 1995, reconnaît les premiers résultats en matière de stabilisation des grands équilibres financiers du pays, ainsi que la promulgation de deux ordonnances, l'une relative à la privatisation et l'autre relative à la gestion des capitaux marchands de l'Etat.

Ainsi, un nouvel environnement est créé et dicté par de nouvelles règles, de nouvelles bases et une nouvelle économie. Par ailleurs, la libéralisation de l'investissement privé est importante et impose la disparition de nombreuses entreprises publiques, dissoutes et rachetées par les nouveaux promoteurs et les nouveaux produits.

Aussi, suites aux nombreuses réformes, l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) a été créée et mise en place en 1996 dans le contexte de la promotion de l'emploi des jeunes. En effet, la mission de l'Agence s'insère dans le cadre d'un accompagnement sous formes d'aides financières, ainsi qu'une orientation et un suivi des projets des jeunes algériens, jusqu'à leurs créations.

Le développement des investissements a été renforcé en 2001, avec la création de l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI), afin de promouvoir les actions entrepreneuriales. Ainsi, la création d'entreprise a connu une évolution significative suites aux réformes engagées par l'Etat.

Chapitre 4 : L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

Selon Bouyacoub¹ : « la dynamique de création de nouvelles entreprises s'est faite à travers trois principaux processus. Tout d'abord, les créations classiques, qui concernent l'investissement privé constitué principalement de fonds propres. Ensuite, les micro-entreprises des jeunes bénéficiaires du dispositif d'aide à la création de l'ANSEJ. Enfin, les sociétés des salariées, constituées des entreprises publiques dissoutes et rachetées par les employés à l'aide des modalités des crédits avantageux ».

La transformation de l'économie algérienne, d'une économie planifiée vers une économie de marché, s'est faite dans un environnement turbulent. A cet effet, cette transition ne pouvait se faire sans causer des problèmes dans l'environnement des affaires et celui du management des entreprises. En effet, selon Melbouci², l'ouverture économique du pays au début des années quatre-vingts dix, s'est faite sous la pression du FMI, suite à une crise économique grave, qui concerne la cessation de paiement, doublée d'une crise politique très grave, ou l'Etat risquait de perdre son autorité dans un climat de violences terroristes sans précédent en Algérie.

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

L'Etat a prolongé en 2001, ce qu'on appelle les réformes de deuxième génération. Il s'agit de la loi de la promotion de l'entrepreneuriat privé par l'ordonnance n° 01/03 du 28/08/2001, relative au développement de l'investissement, ainsi que la loi n° 01/18 du 12/12/2001, relative à la promotion de la PME/PMI³.

Les principaux axes de ces réformes concernent l'intégration des entreprises nationales à l'économie mondiale, la promotion de l'investissement, la privatisation et la réforme du secteur public, la réforme du secteur bancaire et la libéralisation des infrastructures.

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

²Melbouci L, « L'essor des PME algérienne par la théorie des ressources, 7^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, CIFEPME, 2004.

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

Chapitre 4 : L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

Ces mesures sont traduites par la facilitation administrative de la création d'entreprises, une baisse significative des taxes, des redevances et des charges sociales, la création d'un fonds de garantie des prêts accordés aux PME/PMI et la création du Conseil National de l'Investissement (CNI). D'autres parts, ces lois insistent sur la nécessité de mettre en place un système d'information économique, en obligeant les différents organismes concernés (CNAS¹, CASNOS², ONS³, Services fiscaux et douaniers, etc...) à fournir les informations dont ils disposent pour constituer une banque de données adaptés aux technologies informatiques modernes.

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

Par ailleurs, selon Bounoua⁴, la libéralisation du marché algérien dans un climat de désordre institutionnel a entraîné une montée inquiétante de l'économie informelle et la criminalité économique (fraude fiscale, corruption, détournement de fonds, etc). Ceci est dû à un manque de contrôle systématique de l'Etat sur les activités économiques et l'absence d'une législation approprié aux nouveaux mécanismes de l'économie de marché. Ainsi, l'entreprise algérienne se trouve face à un environnement compétitif et instable dont elle ignore les règles. De ce fait, les pratiques illégales ont modifiés le comportement des entrepreneurs, et le recours aux activités informelles et illégales fait partie du mode de fonctionnement des entreprises privées. Il est clair que l'environnement des affaires stable est un élément déterminant pour le développement d'une économie en transition. En effet, selon Hernandez : « *l'absence d'un environnement juridique et institutionnel adapté à la période particulière de transition à l'économie de marché semble être un facteur favorisant le développement de l'économie informelle* »⁵.

¹ Caisse Nationale d'Assurance Sociale.

² Caisse Nationale d'Assurance pour les Non-Salariés.

³ Office National des Statistiques.

⁴ Benouna C, « Processus d'informalisation de l'économie algérienne et économie de marché : éléments d'une problématique », publication dans la revue de l'université de Tlemcen, Algérie, 2003, p : 6.

⁵ Hernandez E M, « L'Etat et l'entrepreneur en Afrique », Revue Internationale PME, vol 10.

Chapitre 4 : L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

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

4.1.2. L'évolution de la création d'entreprise en chiffres en Algérie

L'ouverture de l'économie algérienne et l'instauration progressive de l'économie de marché a permis une nette augmentation du nombre de créations des petites et moyennes entreprises privées. Selon la loi d'orientation n°01-18 du 12/12/2001, la petite et moyenne entreprise (PME) est définie, quel que soit son statut juridique, comme étant une entreprise de production de biens et/ou de services, employant de 1 à 250 personnes. Par ailleurs, le chiffre d'affaires annuel de la PME n'excède pas 2 milliards DA ou son total du bilan annuel n'excède pas 500 millions de dinars tout en respectant les critères d'indépendance.

Les chiffres disponibles révèlent l'importance de ces entreprises dans la structure économique nationale et leur contribution dans la dynamique économique, notamment la création de valeur ajoutée et l'absorption du chômage. Aussi, dans ce qui suit, nous essayerons de mettre en relief l'évolution de la création des petites et moyennes entreprises en Algérie entre les années 2009 et 2012.

a. L'évolution de la population globale des PME en nombre :

Le tableau suivant met en relief l'évolution de la population globale des PME, du secteur public et privé, entre les années 2009 et 2012.

Tableau n° 6 : L'évolution de la population globale des PME en nombre entre 2009 et 2012

PME	2009	2010	2011	2012
Privées	586 903	618 515	658 737	711 275
Publiques	591	557	572	557
TOTAL	587 494	619 072	659 309	711 832

Source : ONS, « Bulletin d'Information Statistiques de la PME », n° 18, n°20 et n°22, relatifs respectivement aux années 2010, 2011 et 2012.

Chapitre 4 : L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

La croissance annuelle des entreprises privées entre 2009 et 2010 est de 5,39%, représentant 31 612 entreprises créées en nette, dont 7 915 radiations. Les motifs des radiations des PME privées, collectés auprès des organismes d'enregistrement CNRC¹ et de déclarations CNAS², montre que les PME en situation de cessation d'activité ne le sont, généralement, que sur le plan administratif. En effet, les PME subissent des changements qui entraînent leur radiation, dont les plus fréquents, sont le changement de statut et/ou de siège social et le changement de domaines d'activités.

En dépit du ralentissement de l'économie mondiale suite à la crise de la zone euro, le nombre d'entreprise créées entre 2011 et 2012, en Algérie, tous secteurs juridiques confondus, est en nette augmentation, avec un taux de croissance de 7,97%. En effet, le nombre enregistré de PME privé créée en nette durant cette période est de 52 523, dont 8 482 radiations et 5 876 réactivations d'activité.

Les PME du secteur public sont une infime partie de la sphère des PME algériennes. En effet, ils représentent en moyenne globale 0,06% du nombre total des PME entre 2009 et 2012. Leur nombre a baissé entre les deux années 2009 et 2010, suite au processus de restructuration du secteur public, dont des entreprises dissoutes, des entreprises transférées et d'autres absorbées.

b. L'évolution de l'emploi par nature de PME :

L'évolution de la population globale des PME, du secteur public et privé, entre les années 2009 et 2012, est présentée dans le tableau suivant :

Tableau n° 7 : L'évolution des emplois par type de PME entre 2009 et 2012

PME	2009	2010	2011	2012
Salariés	908 046	958 515	1 017 374	1 089 467
Employeurs	586 903	618 515	658 737	711 275
PME Privés	1 494 949	1 577 030	1 676 111	1 800 742
PME publiques	51 635	48 656	48 086	47 375
TOTAL	1 546 584	1 625 686	1 724 197	1 848 117

Source : ONS, « Bulletin d'Information Statistiques de la PME », n° 18, n°20 et n°22, relatifs respectivement aux années 2010, 2011 et 2012.

¹ Centre National des Registres de Commerce

² Caisse Nationale d'Assurance Sociale

Chapitre 4 : L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

L'emploi cumulé dans les PME, tous types confondus, au 31/12/2010, est de 1 625 686 individus et 1 848 117 individus employés, au 31/12/2012, dont près de 60% sont des salariés. Ces chiffres incluent les personnes morales relevant du secteur privé et les chefs d'entreprises privées relevant des fonctions libérales. Par ailleurs, le taux de croissance de l'emploi dans les PME privé a progressé de 5,49% entre 2010 et 2009, et il a progressé de 7,44% entre 2012 et 2011. Le secteur public perd près de 5,77% de ses effectifs entre 2010 et 2009, et perd 1,47% de ses effectifs entre 2012 et 2011.

A travers l'analyse de l'évolution de l'emploi entre 2009 et 2012, nous constatons clairement l'importance du rôle du secteur privé dans la création de l'emploi, et de ce fait la résorption du chômage.

c. L'évolution des PME privées par secteur d'activités :

L'évolution des PME privées - Personnes Morales - par secteur d'activité entre 2009 et 2012, est synthétisé dans le tableau suivant :

Tableau n° 8 : L'évolution des PME privées - Personnes Morales - par secteur d'activité entre 2009 et 2012.

PME Personnes Morales	2009	2010	2011	2012
Agriculture et Pêche	3 642	3 806	4 006	4 277
Hydrocarbures, Energie, Mines et Services liés	1 775	1 870	1 956	2 052
BTPH	122 238	129 762	135 752	142 222
Industries Manufacturières	58 803	61 228	63 890	67 517
Services	159 444	172 653	186 157	204 049
TOTAL	345 902	369 319	391 761	420 117

Source : ONS, « Bulletin d'Information Statistiques de la PME », n° 18, n°20 et n°22, relatifs respectivement aux années 2010, 2011 et 2012.

Les PME privées - Personnes Morales - sont présentes en force dans les Services, suivies par le secteur du BTPH et les industries manufacturières. Par ailleurs, en raison de leur vulnérabilité, les PME privées ont tendance à s'abriter dans les secteurs où la concurrence est moins agressive et où le contrôle du respect de la législation du travail est plus délicat.

Chapitre 4 : L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

d. L'évolution des PME privés par région :

L'évolution des PME privées - Personnes Morales - par secteur d'activité entre 2009 et 2012, est résumé dans le tableau suivant :

Tableau n° 9 : Le mouvement de création des PME privées – Personnes Morales - par région entre 2009 et 2012

PME	2009	2010	2011	2012
Nord	205 857	219 270	232 664	248 985
Hauts Plateaux	105 085	112 335	119 146	128 316
Sud	27 902	30 153	32 216	34 569
Grand Sud	7 058	7 561	7 735	8 247
TOTAL	345 902	369 319	391 761	420 117

Source : ONS, « Bulletin d'Information Statistiques de la PME », n° 18, n°20 et n°22, relatifs respectivement aux années 2010, 2011 et 2012.

Le pays, en raison de sa géographie, présente une répartition inégale des PME et reste marqué par la prédominance de la région du Nord avec 219 270 PME privées en 2010 et 248 985 PME privées en 2012, soit un taux de 59,37% et 59,26%, respectivement en 2010 et 2012. La région des hauts plateaux se situe en 2^{ème} position avec 112 335 PME en 2010, soit un taux de 30,42%, et 128 316 PME en 2012, soit un taux de 30,54%. En 3^{ème} position, se trouve la région du Sud et du Grand Sud avec environ 10,21% du total en 2010 et 10,19% en 2012.

4.1.2. Les structures d'accompagnement de la création d'entreprise en Algérie

Les structures d'accompagnement sont des dispositifs mis par l'Etat algérien au profit des jeunes pour les aider à créer leur propre entreprise, pour un double objectif. D'un côté, baisser le taux de chômage chez les jeunes, et d'un autre côté promouvoir l'activité entrepreneuriale. Ces structures sont des agences de financement et de suivi des jeunes porteurs de projets dans le processus de création de l'entreprise. Il s'agit de l'ANDI, l'ANSEJ, la CNAC et l'ANGEM.

Chapitre 4 : L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

4.1.2.1. L'Agence Nationale de Développement des Investissements (ANDI)

Suites aux diverses réformes engagés en Algérie durant la décennie 1990, l'ANDI a été créée en 1993, sous la tutelle du ministère chargé de la promotion des investissements¹.

a. La présentation de l'ANDI : Au départ l'ANDI a été créée en 1993, sous le nom de l'Agence de Promotion, de Soutien et de Suivi de l'Investissement (APSI), puis en 2001 sous le nom de l'Agence Nationale de Développement des Investissements (ANDI), sous l'ordonnance n°01-03 du 20/08/2001 relative au développement de l'investissement.

L'ANDI est un établissement public à caractère administratif, sous la tutelle des services du chef de Gouvernement. Il a pour objectif de fournir des services aux investisseurs nationaux et étrangers.

b. La mission de l'ANDI : L'ANDI a pour mission la promotion et le développement des investissements algériens ou étrangers et leur apporte une assistance en matière d'information. A cet effet, elle veille à l'exécution des décisions d'encouragement à l'investissement en concertation avec les institutions concernés, tels que les douanes, les impôts, etc. Aussi, elle contribue à la mise en œuvre des politiques et stratégies de développement en synergie avec les secteurs économiques concernés.

c. Les activités de l'ANDI : Selon le décret exécutif n°06-356, l'ANDI est chargée de :

- Entreprendre toute action d'information, de promotion et de collaboration avec les organismes publics et privés en Algérie et à l'étranger, pour promouvoir l'environnement général de l'investissement en Algérie.
- Assurer un service de mise en relations d'affaires et de facilitation des contacts des investisseurs non-résidents avec les opérateurs algériens et promouvoir les projets et les opportunités d'affaires.
- Organiser des rencontres, colloques, journées d'études, séminaires et autres manifestations et évènements.

¹www.andi.dz, le 15/04/2016, 14h35

Chapitre 4 : L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

- Participer aux manifestations économiques organisées à l'étranger en rapport avec la stratégie de promotion de l'investissement arrêtée par les autorités concernées.
- Entretenir et développer des relations de coopération avec des organismes étrangers similaires.
- Assurer un service de communication avec le monde des affaires et la presse spécialisée.
- Exploiter toutes études et informations se rapportant aux expériences similaires pratiquées dans d'autres pays.

4.1.2.2. La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)

Sous la tutelle du Ministère du Travail et de l'Emploi, la CNAC a été créée en 1994¹.

a. La présentation de la CNAC : La Caisse Nationale d'Assurance Chômage est un dispositif étatique qui prend en charge le financement des chômeurs entre 35ans et 50 ans pour la création de leur micro-entreprise. L'investissement concerne les activités industrielles et/ou de services, sauf la revente en l'état, pour des montants pouvant atteindre 5 millions DA.

b. La mission de la CNAC : La prise en compte des chômeurs s'est matérialisée à partir de 1994, à travers trois principaux processus. Tout d'abord, 11 583 chômeurs ont été formés par des conseillers animateurs aux techniques de l'emploi.

Ensuite, 2 311 chômeurs ont été accompagnés dans la création de leur micro-entreprise. Enfin, 12 780 chômeurs, ont suivi des formations destinées à leur permettre d'acquérir de nouvelles qualifications en vue d'accroître leur chance de réinsertion dans la vie professionnelle.

c. Les activités de la CNAC : La caisse assure les tâches suivantes :

- Offrir un crédit sans intérêt entre deux et cinq millions de DA.
- Accompagner les porteurs de projets

¹www.cnac.dz, le 15/04/2015, 14h46

Chapitre 4 : L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

- Appliquer une franchise de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) pour l'acquisition de biens d'équipement et de services entrant directement dans la réalisation de l'investissement.

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

4.1.2.3. L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)

L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes a été créée le deuxième semestre de l'année 1996, sous la tutelle du Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Sécurité Sociale.

a. La présentation de l'ANSEJ : Le dispositif de soutien à l'emploi des jeunes, ANSEJ, a été mis en place afin de prendre en charge le chômage des jeunes algériens et les soutenir dans l'insertion dans la vie professionnelle. En effet, ce dispositif permet aux jeunes hommes et femmes âgés entre 19 ans et 40 ans à créer leur propre micro-entreprise, pour des montants pouvant atteindre 10 millions de DA.

b. La mission de l'ANSEJ : Ce dispositif a pour principale mission d'encourager toutes formes d'actions et de mesures tendant à promouvoir l'emploi chez les jeunes. Aussi, de favoriser la création d'activités de biens et de services par de jeunes promoteurs.

c. Les activités dans l'ANSEJ : Les activités de l'ANSEJ s'insèrent dans les points suivants :

- Soutenir, conseiller et accompagner les jeunes promoteurs dans le cadre de la mise en œuvre de leur projet d'investissement.

- Gérer les aides et les bonifications des taux d'intérêts, dans la limite des enveloppes prévues.

- Assurer le suivi des investissements réalisés par les jeunes promoteurs en veillant au respect des clauses des cahiers des charges qui les lient à l'agence.

- Encourager toute forme d'actions et de mesures tendant à l'emploi de pré-embauche.

Chapitre 4 : L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

4.1.2.4.L'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit (ANGEM)

La promotion du micro crédit en Algérie a été réalisée à travers la création de l'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit¹.

a. La présentation de l'ANGEM : Les pouvoirs publics ont mis en place le dispositif ANGEM suite au décret exécutif n° 04/14 du 22 janvier 2004. Ce dispositif a permis la création de plus de 150 000 activités dans différents secteurs.

b. La mission de l'ANGEM : l'Agence Nationale de la Gestion du Micro Crédit prend en charge le dispositif du micro crédit à travers l'accompagnement des bénéficiaires des prêts dans la création de leur micro projet. Aussi, elle prend en charge le montage financier des projets et la mise en œuvre des schémas de financement en concertation avec les banques.

c. Les activités de l'ANGEM : L'agence assure les activités suivantes :

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

¹www.angem.dz, le 15/04/2014, 15h13.

Chapitre 4 : L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

Section 2 : La structure de promotion de l'entrepreneuriat en Algérie Le Forum des Chefs d'Entreprises (FCE)

Dans cette section, nous développerons les principaux clés représentant la particularité du Forum des Chefs d'Entreprises, notamment, sa mission, ses objectifs et son organisation.

4.2.1. La présentation du FCE :

Le Forum des chefs d'entreprise (FCE) est une association à caractère économique créée en Octobre 2000 par un groupe de chefs d'entreprises. Omar Ramdane, PDG de Modern Ceramics, en fut le premier président. Suivi par Réda Hamiani, ancien ministre des PME, qui cède sa place à Ali Haddad en novembre 2014¹.

L'association est ouverte aux entreprises privées algériennes, aux entreprises étrangères de droit algérien et aux entreprises publiques. Les principaux secteurs couverts par ses membres sont les industries agroalimentaires, électriques, électroniques, mécaniques, pharmaceutiques, les matériaux de construction, les travaux publics et la construction, le papier, l'emballage, le bois et la grande distribution. De nombreuses entreprises membres sont leaders dans leur filière d'activité².

En février 2015, le Forum des Chefs d'Entreprise regroupe 900 chefs d'entreprise représentant 1500 entreprises. Les sociétés membres du Forum cumulent un chiffre d'affaires global de plus de 30 milliards de dollars et emploient plus de 250 000 salariés³. Par ailleurs, les bureaux du Forum sont présents dans la plus part des wilayas du pays, d'Est en Ouest, et du Sud au Nord, nous pouvons citer à titre d'exemple les wilayas suivantes : Constantine, Sétif, Béjaïa, TiziOuzou, Relizane, Maskara, Telemcen, El Oued, Biskra, Adrar, Tamanrasset, Ouargla, Hassi Messaoud et Ghardaia.

Selon l'actuel président de l'association, le principal objectif est de : « contribuer à la réflexion, à la conception et à la mise en œuvre de solutions structurelles qui mettent l'économie algérienne, dans un horizon prévisible et programmé, en situation de pouvoir réduire rapidement sa dépendance externe en se diversifiant davantage par le développement de la production dans l'industrie, l'agriculture et les services »⁴.

¹www.fce.dz, le 20/02/2016, 11h00.

²Idem.

³Ibidem.

⁴Haddad A, Président du FCE, « FCE : La nouvelle dynamique », Revue du Forum des Chefs d'Entreprise, N°1, Janvier 2016, p : 4.

Chapitre 4 : L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

4.2.2. La mission du FCE :

Le Forum des Chefs d'Entreprise a pour principale mission de s'assurer que les entreprises puissent disposer, en Algérie, d'un environnement d'affaires sain et transparent afin de créer de la valeur et de prospérer de façon durable dans un contexte de concurrence mondiale. La mise en œuvre de cette mission est développée dans les quinze engagements suivants¹ :

1^{er} Engagement : Œuvrer pour le renforcement du dialogue avec les pouvoirs publics et avec l'ensemble des partenaires économiques et sociaux afin de créer une synergie entre l'action du gouvernement et les efforts des entreprises pour réunir les conditions de confiance, préalables indispensables à l'investissement et la croissance économique.

2^{ème} Engagement : Allier toutes les entreprises algériennes qu'elles soient petites, moyennes ou grandes, au mouvement du Forum pour constituer une force économique nationale, porteuse de croissance et de développement.

3^{ème} Engagement : Mobiliser les chefs d'entreprise, afin qu'ils fassent entendre leurs projets, leurs ambitions et leurs difficultés. Aussi, mettre en place une charte des entrepreneurs afin de défendre leurs valeurs citoyennes et éthiques.

4^{ème} Engagement : Déployer les efforts nécessaires pour valoriser les ressources du pays et capter les opportunités d'intégration des entreprises algériennes entre elles et dans les chaînes de valeur internationales.

5^{ème} Engagement : Promouvoir l'entrepreneuriat féminin en Algérie

6^{ème} Engagement : Créer quatre pôles de représentation régionale (Oran, Constantine, Alger et Hassi Messaoud) et rencontrer, au cours de réunions au moins semestrielles, les chefs d'entreprise, dans leur région, pour débattre de leurs problèmes et contraintes, et pour prendre en considération leurs avis et conseils en matière économique.

7^{ème} Engagement : Travailler pour l'ouverture au bénéfice du privé des secteurs suivants : le transport aérien, le transport maritime de voyageurs et de marchandises, le transport de l'énergie et de l'électricité, le secteur bancaire et financier.

¹ Forum des Chefs d'Entreprise, « Pour l'émergence de l'économie algérienne », 1^{ère} Edition, Juin 2015, p : 86-87.

Chapitre 4 : L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

8^{ème} Engagement : Développer un incubateur économique pour aider à réussir les jeunes potentialités algériennes, les encourager à créer leurs entreprises et les aider dans leurs projets. Par ailleurs, cet outil permettra la mise en place et l'exploitation d'une synergie entre l'entreprise, l'université et l'incubateur économique. Il sera relié aux incubateurs internationaux, tels que ceux qui existent aux USA (Silicone Valley), au Japon, à Singapour, etc.

9^{ème} Engagement : Travailler pour la réforme de la formation professionnelle et l'enseignement supérieur en vue de répondre aux besoins du marché de l'emploi.

10^{ème} Engagement : Mettre en place au niveau du Forum une cellule qui prend en charge les entreprises en difficultés.

11^{ème} Engagement : Elaborer en concertation avec les pouvoirs publics un programme d'émergence de l'économie algérienne, qui vise à assurer à l'horizon 2020 une autosuffisance dans la production laitière, céréalière et pharmaceutique.

12^{ème} Engagement : Promouvoir avec l'appui des pouvoirs publics la campagne « Consommation Nationale », et mettre en place un mécanisme qui obligerait les entreprises étrangères à recourir aux produits locaux lorsque ces derniers répondent aux exigences de qualités requises.

13^{ème} Engagement : Créer, en concertation avec les pouvoirs publics, une banque d'investissement dont le capital sera ouvert à l'actionnariat privé et institutionnel.

14^{ème} Engagement : Inviter les banques à une rencontre pour mettre en place une stratégie de financement des entreprises qui favorise les prêts à long terme pour les projets d'investissement à maturation lente.

15^{ème} Engagement : Entamer des discussions avec l'administration fiscale pour revoir le système d'imposition en matière d'IBS et plus particulièrement l'IBS appliqué aux bénéficiaires réinvestis dans l'ensemble des secteurs de production des biens et services.

Chapitre 4 : L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

4.2.3. Les Objectifs du FCE :

Les objectifs du Forum des Chefs d'Entreprises s'articulent autour de trois axes majeurs :

a. Sur le plan interne : Les objectifs du forum, dans ce contexte, sont les suivants :

- Organiser et développer la concertation entre les membres du Forum.
- Mettre à la disposition des entreprises l'information économique utile et d'actualité.
- Initier toutes les études économiques dans le cadre des activités du Forum.
- Encourager la réalisation des affaires ou de projets d'association entre les membres.
- Rechercher et faciliter les opérations de partenariat ou de prise de participation entre l'entreprise algérienne et l'entreprise étrangère.
- Conseiller l'entreprise adhérente et l'assister, au besoin, dans certaines démarches.
- Encourager la formation et la recherche sur le management des entreprises.

b. Sur le plan des relations avec les pouvoirs publics : Les objectifs du Forum en relation avec les pouvoirs publics sont :

- Etudier et analyser tout document, projet ou disposition à caractère législatif ou réglementaire émanant des pouvoirs publics et ayant un impact économique.
- Formuler des suggestions et recommandations relatives aux questions économiques.
- Porter à la connaissance des pouvoirs publics et des chefs d'entreprise, la position du Forum sur toute question économique.
- S'organiser pour répondre à toute consultation ou avis émanant des pouvoirs publics ou d'autres organismes et institutions similaires.
- Organiser la participation du Forum aux réunions, symposiums, colloques et autres auxquels il attache un intérêt.

c. Sur le plan international : Les objectifs de l'association sur le plan international sont :

- Développer avec les organisations similaires, les organisations patronales, les associations économiques étrangères des relations d'affaires.
- Participer à travers les entreprises membres aux manifestations économiques à l'étranger qui suscitent l'intérêt du Forum.
- Organiser des journées d'études en Algérie et à l'étranger en collaboration avec des organismes étrangers.
- Adhérer à toute organisation internationale poursuivant les mêmes buts.

Chapitre 4 : L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

4.2.4. L'organisation du FCE :

Le Forum des Chefs d'Entreprise est organisé de la manière suivante :

✚ **L'Assemblée Générale** : Elle est l'organe délibérant qui regroupe l'ensemble des adhérents. Elle est chargée de :

- Elire le président dont la durée du mandat est fixée à quatre années renouvelables une fois.
- Adopter les statuts et le règlement intérieur du Forum, ainsi que leur modification.
- Procéder à l'élection de l'organe de direction et d'administration et de son renouvellement.
- Adopter les décisions de l'organe de direction en matière d'organisation et d'implantation territoriale.
- Approuver le plan d'action et le budget y afférent et se prononcer sur les rapports moral et financier.
- Fixer les montants des cotisations annuelles.
- Désigner un commissaire aux comptes.
- Accepter les dons nationaux accompagnés de conditions et charges après en avoir vérifié la compatibilité avec les buts assignés au Forum.
- Approuver les acquisitions d'immeubles.
- Décerner le titre de Président d'Honneur du Forum.

✚ **Le Conseil Exécutif** : Il représente l'organe d'administration du Forum et le Président en assure la direction. Le Conseil Exécutif est composé de trente-deux membres : le Président, Neuf Vice-présidents et Vingt-deux Assesseurs.

Il est chargé de :

- Mettre en œuvre le programme d'action.
- Assurer l'application des dispositions statutaires et du règlement intérieur.
- Se prononcer sur les demandes d'adhésion.
- Gérer le patrimoine.
- Veiller à l'exécution des résolutions adoptées par l'Assemblée Générale.
- Déterminer les attributions de chaque vice-président et les missions des assesseurs.
- Créer toute structure de consultation et d'assistance, jugée nécessaire.
- Proposer les modifications aux statuts et règlement intérieur.
- Proposer à l'organe délibérant toute mesure d'amélioration de l'organisation et de l'implantation du Forum.

Chapitre 4 : L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

✚ **Le Conseil d'Orientation Stratégique** : L'Assemblée Générale désigne un Conseil d'Orientation Stratégique composé de membres du Forum. Le Conseil d'Orientation Stratégique est présidé par un vice-président du Conseil Exécutif. Le Conseil a pour missions de :

- Veiller à la bonne orientation du Forum conformément à sa plateforme.
- Formuler toute recommandation sur les questions en rapport avec les objectifs du Forum.
- Eclairer le Conseil Exécutif sur toutes les questions qui lui sont soumises.

✚ **Le Secrétariat Général** : C'est la structure permanente de gestion du Forum, placé sous l'autorité directe du Président. Il assure le suivi des décisions du Conseil Exécutif, organise les relations avec les partenaires du Forum et coordonne la mise en œuvre du plan d'actions du Forum, en relation avec le Président et le Conseil Exécutif. A cet effet, le Secrétaire Général a pour tâches, notamment, de :

- L'animation et de la coordination des activités de l'Association.
- La réception et l'instruction des demandes d'adhésion.
- La tenue du registre des membres et la mise à jour des cotisations.
- La gestion administrative.

✚ **Les Commissions permanentes** : Le Conseil Exécutif est assisté de Commissions sectorielles permanentes au nombre de vingt-huit, composées de membres du Forum. Elles proposent des mesures et des recommandations, chacune pour le secteur ou le domaine dont elle est chargée, pour la prise en charge des contraintes que rencontrent les entreprises.

✚ **Le réseau d'études et d'analyses** : Il est composé de consultants et d'experts, mis en appui au Président et au Conseil Exécutif avec pour objectif essentiel de veiller à la qualité des analyses et à la pertinence des propositions du Forum.

✚ **L'Observatoire de l'Information Economique** : Il produit et diffuse : un baromètre économique du Forum, une information économique fiable et de qualité, des informations économiques générales, des études sectorielles sur les filières de production, des notes de conjonctures. Une importante base de données socio-économiques est également mise à la disposition des membres et partenaires du Forum.

Chapitre 4 : L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

✚ **Les délégués de wilaya** : Le Forum des Chefs d'Entreprise est doté de bureaux au niveau des quarante-huit wilayas. Ces bureaux sont gérés par des délégués pour permettre au Forum de déployer son action à travers l'ensemble du territoire national. A travers ces structures, le Forum des Chefs d'Entreprises renforce sa présence au niveau local afin d'être plus proche des préoccupations des chefs d'Entreprises dans leurs régions respectives.

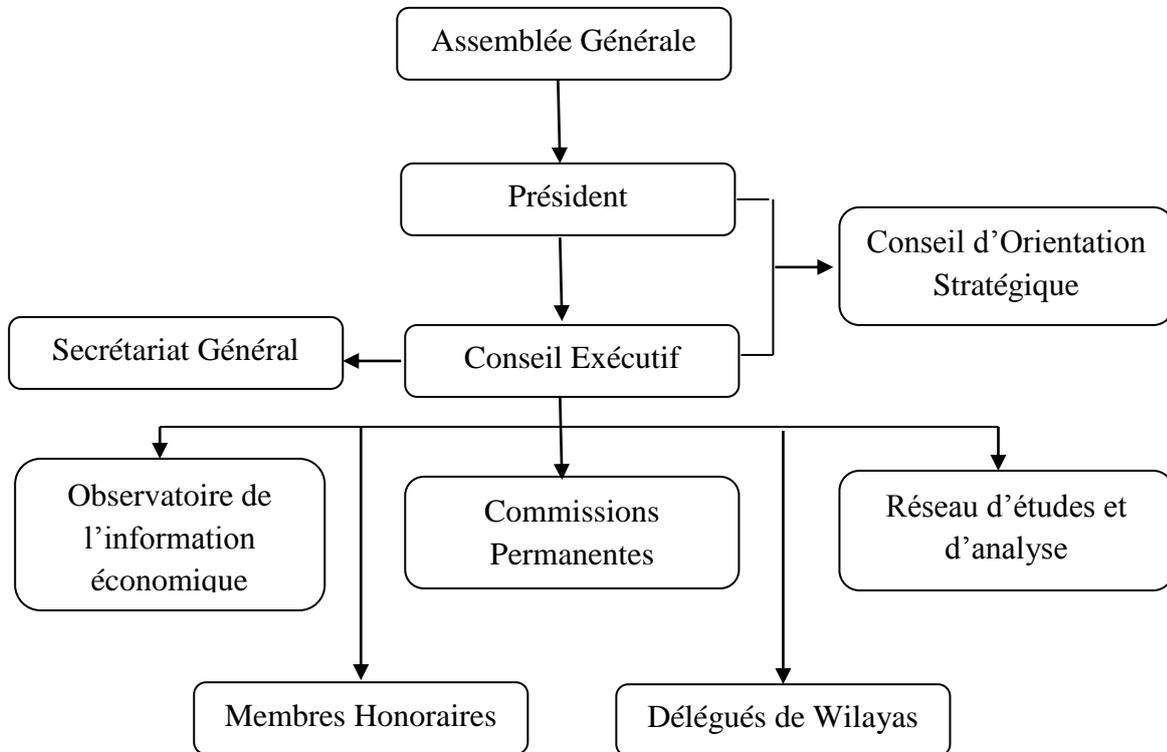
✚ **Les membres honoraires** : pour contribuer à promouvoir ces projets auprès de partenaires étrangers, le Forum des Chefs d'Entreprise est doté de membres honoraires au niveau des plus grandes capitales dans le monde.

Ainsi, le Forum agit de façon à affirmer sa présence sur la scène internationale, afin de favoriser l'émergence et l'intégration des entreprises algériennes au marché mondial. A cet effet, la mission de ces délégués consiste à :

- Contribuer à l'amélioration du cadre institutionnel des échanges des entreprises algériennes avec les entreprises étrangères.
- Favoriser la conclusion de relations de partenariat et d'affaires entre les entreprises algériennes et leurs partenaires.
- Améliorer le suivi et la mise en œuvre des accords de libre-échange conclus par l'Algérie et ses partenaires.
- Favoriser le développement des relations de partenariat avec les entreprises étrangères.

Suite au précédent développement de l'organisation du Forum des Chefs d'Entreprise, nous pouvons présenter son organigramme de la manière suivante :

Figure n° 7 : L'organigramme du Forum des Chefs d'Entreprise



Source : Documents internes du FCE.

Section 3 : Le fonds d'investissement algérien : Le JIL'FCE

Nous avons choisi de mettre en relief, dans cette présente section, le fond d'investissement JIL'FCE, cellule au sein du Forum des Chefs d'Entreprise et l'objet de notre étude.

4.3.1. La présentation du JIL'FCE :

Le JIL'FCE est une section créée au sein du Forum des Chefs d'Entreprise pour mobiliser et encourager les chefs d'entreprise de moins de 40 ans. Le fonds d'investissement JIL'FCE est destiné à financer les projets de jeunes entrepreneurs, en priorité dans le domaine des start-up ou entreprises innovantes. Quatre grandes entreprises privées ont, d'ores et déjà, annoncé leur intention de souscrire au fonds JIL'FCE : le groupe ETRHB d'Ali Haddad, le groupe MAZOUZ d'Ahmed Mazouz, le groupe BENAMOR de Laid Benamor et l'entreprise IVAL de Mohamed Baïri.

« Il s'agit d'un Capital Angel. C'est-à-dire d'un placement relativement risqué, car les souscripteurs acceptent d'investir dans des entreprises petites, nouvelles et pionnières », explique l'un des membres fondateurs du JIL'FCE, Mohamed Skander, en charge de l'exécution du nouveau fonds d'investissement¹.

Le fonds d'investissement du Forum, JIL'FCE, ambitionne de lever un capital initial d'un milliard de dinars, l'équivalent de 8,7 millions d'euros. Les premières souscriptions ont été enregistrées le 25 novembre 2015, et la mise en œuvre du fonds est programmée pour le premier trimestre 2016².

4.3.2. Les missions du JIL'FCE

La mission du JIL'FCE s'inscrit dans les point suivants :

a. Allier l'audace d'entreprendre : Le JIL'FCE rassemble tous les jeunes entrepreneurs algériens, pour réussir collectivement à bâtir une économie algérienne forte et diversifiée, sur la base des valeurs et des missions du Forum des Chefs d'Entreprise.

¹<http://www.jeuneafrique.com/282965/economie/premiers-souscripteurs-jil-fce-fonds-algerien-de-business-angels/>, le 16/02/2016 à 15h40.

² Idem.

Chapitre 4 : L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

b. Soutenir l'audace d'entreprendre : Fort des expertises capitalisées au sein du Forum, le JIL'FCE offre une plateforme de solutions et de services pour soutenir les jeunes membres dans les phases de développement sensibles de leur entreprise pour dépasser les difficultés et avancer.

c. Diffuser l'audace d'entreprendre : Le JIL'FCE est une prolongation de l'effort du Forum des Chefs d'Entreprise consacré à la promotion de l'esprit d'initiative et l'entrepreneuriat, à travers notamment le rapprochement du monde de l'éducation et celui de l'entreprise.

d. Cultiver l'audace d'entreprendre : Dans ce contexte, le JIL'FCE rassemble régulièrement les jeunes leaders pour partager des réflexions et établir des propositions notamment sur des domaines innovants. A travers cette démarche, le JIL'FCE souhaite stimuler une nouvelle approche entrepreneuriale, plus consciente de ses responsabilités, plus ambitieuse, plus ouverte, plus équitable et plus collective.

4.3.3. L'organisation du JIL'FCE

L'organisation du JIL'FCE est articulée de la manière suivante :

✚ **Le Président & le Vice-Président :** Membres du Forum des Chefs d'entreprise, le président et le vice-président du JIL'FCE contribuent avec les membres du bureau à stimuler et à mettre en réseau une nouvelle génération de leaders économiques algériens.

✚ **Le Responsable du Recrutement :** Membre aussi du Forum, le chargé du recrutement œuvre pour l'adhésion des futurs jeunes entrepreneurs au sein du JIL'FCE.

✚ **Le Responsable de la Promotion :** Le chargé de la promotion, est un membre du FCE, qui met toute son énergie pour la promotion du réseau JIL'FCE dans l'économie algérienne.

✚ **Le Responsable de l'Accompagnement :** Prend en charge la coordination entre les membres du JIL'FCE. Il est aussi un membre du Forum des Chefs d'entreprise.

Chapitre 4 : L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

✚ **Le Responsable de la Prospective :** Il œuvre pour le développement d'une économie numérique et tangible au sein du JIL'FCE, ainsi que de la prospective au sein du bureau. c'est aussi un membre du Forum.

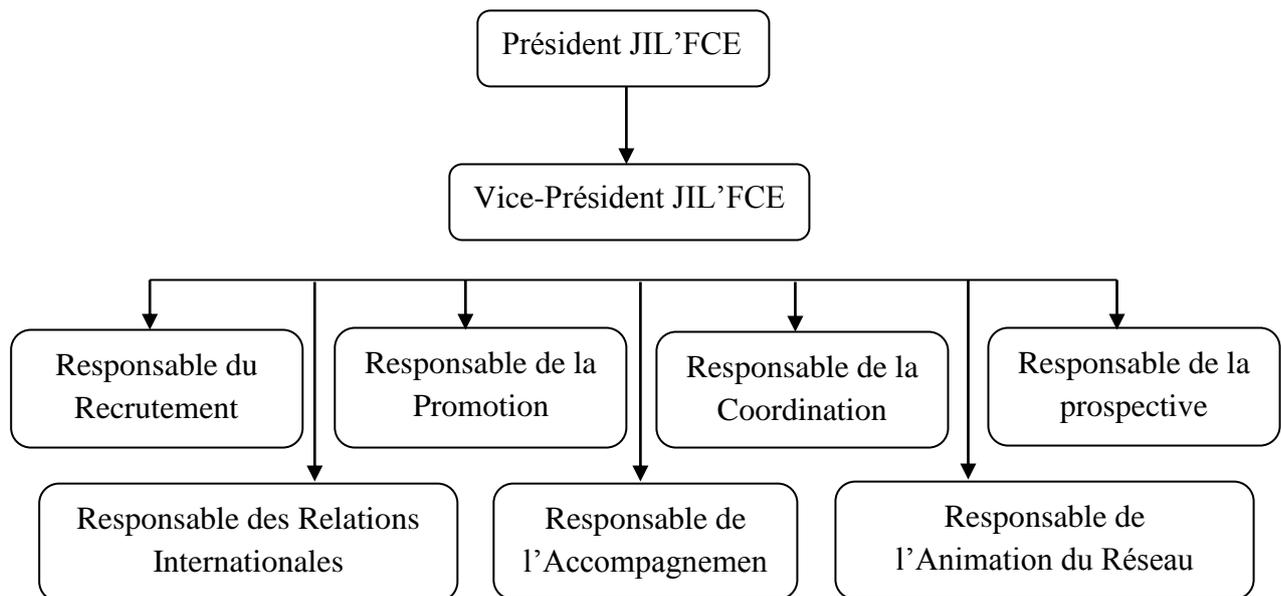
✚ **Le Responsable des Relations Internationales :** Il est en charge de faire émerger une dynamique entrepreneuriale positive de l'Algérie sur le plan internationale.

✚ **Le Responsable de l'Animation du Réseau :** Il contribue avec les membres du JIL'FCE à fédérer une nouvelle génération d'entrepreneurs, avec un esprit d'initiative et d'innovation.

✚ **Le Responsable de la Coordination :** Il contribue, avec les membres du bureau du JIL'FCE au développement de la culture entrepreneuriale en Algérie.

Le schéma suivant nous présente l'organisation du JIL'FCE

Figure n° 8 : L'organigramme du JIL'FCE



Source : Documents internes du JIL'FCE.

Chapitre 4 : L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

4.3.4. L'adhésion au JIL'FCE

Un membre du JIL'FCE est aussi un membre à part entière au FCE. L'adhésion au sein du Forum se fait selon une démarche organisée, avec des critères d'adhésion. Chaque adhérent, à des droits, des obligations, ainsi que des avantages que nous développons dans ce qui suit :

a. La méthode d'Adhésion : L'adhésion au Forum des Chefs d'Entreprise se fait de la manière suivante :

✚ **La demande d'adhésion :** Toute demande d'adhésion est adressée au Secrétaire Générale du FCE, accompagnée des pièces suivantes :

- Le formulaire d'adhésion dûment renseigné et signé.
- Le parrainage écrit d'un membre et/ou une lettre de motivation
- Copie du registre de commerce
- Déclaration annuelle des salariés
- Dernier Bilan Comptable et le Tableau des Comptes des Résultats

✚ **Le traitement de la demande :** Le Secrétaire Général du Forum se charge de soumettre la demande au Conseil Exécutif qui statue sur son acceptation ou son rejet. Cependant, la décision de rejet n'est pas motivée.

✚ **L'effet de l'adhésion :** L'adhésion prend effet à compter de la date de paiement de la cotisation annuelle au titre de l'année de l'exercice social.

b. Les droits de l'adhéré : Chaque membre du FCE et en parallèle au JIL'FCE a le droit de :

- Bénéficier de tous les services liés à l'activité de l'association.
- Participer à toute assemblée générale et prendre part aux délibérations et au vote.
- Etre éligibles dans les conditions fixées par les statuts et le règlement intérieur en qualité de membre du conseil exécutif.
- Etre éligible au poste de président.
- Faire partie d'une ou plusieurs commissions constituées par le Conseil Exécutif.

Chapitre 4 : L'évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

c. Les obligations de l'adhéré : Chaque membre dans l'exercice de ses droits s'engage à :

- Respecter les statuts, le règlement intérieur et les décisions et/ou les résolutions prises tant par l'Assemblée Générale, le Conseil Exécutif ou le Président.
- Participer activement aux Assemblées Générales.
- S'interdire de réclamer toute rémunération ou contrepartie pour toute intervention ou prestations opérées au profit du FCE, sauf accord préalable de l'organe de direction.
- S'interdire de faire au nom du FCE toute déclaration, publier un communiqué de presse et de représenter le forum à un évènement s'il n'est pas habilité par le président.

d. Les avantages d'adhésion : Les membres adhérents au FCE ont des avantages que le Forum leur accorde. Ces avantages sont présentés dans les points suivants :

- Faire partie d'une association qui milite depuis plus d'une décennie pour placer l'entreprise au centre de la politique économique.
- Disposer d'informations réglementaires et de statistiques détaillées et appuyées par des analyses en lien avec votre secteur d'activité et l'environnement des affaires.
- Rencontrer d'autres chefs d'entreprise algériens, mais aussi de toutes les régions du monde (Maghreb, Europe, Asie, Afrique) pour tisser des liens d'affaires.
- Bénéficier des services du FCE qui met ses conseillers économiques et juridiques à votre disposition pour la prise en charge de vos contraintes.
- Participer à toutes les manifestations organisées par le FCE (Séminaires, Petit déjeuners, Rencontres, Réunions, Colloques, ...)
- Prendre part aux débats sur l'Économie nationale et l'environnement des affaires à travers la Revue du Forum « Perspectives ».
- Être informé régulièrement sur toutes les opportunités d'affaires, les appels d'offres nationaux et internationaux et les programmes de formation.

CONCLUSION DU CHAPITRE 4

L'ouverture de l'économie algérienne à l'économie de marché a suivi plusieurs phases. En effet, la libéralisation du secteur public a conduit à des pratiques économiques illégales, notamment la fraude fiscale et le détournement de fonds publics. Ceci est le résultat d'une restructuration économique non contrôlée. L'entreprise privée algérienne se trouve, alors, face à un environnement auquel elle n'était pas préparée, surtout par son mode de management obsolète, et la concurrence agressive à l'échelle internationale.

Pour protéger le tissu économique, l'Etat algérien déplore les actions nécessaires pour protéger les nouvelles petites entreprises notamment, par la création des agences d'accompagnement et de suivi pour le soutien financier et l'orientation.

Aussi, nous comprenons l'importance de la solidarité et le soutien mutuel pour l'émergence d'une économie algérienne forte, les entreprises privées se sont mobilisées pour créer une association qui vise à promouvoir leurs activités, renforcer leurs produits et traiter de leurs problèmes. Sous la devise « l'Union fait la Force » le Forum des Chefs d'Entreprise a été créé marquant un nouveau souffle pour l'entrepreneuriat en Algérie, avec, en parallèle, la création de sa section et fonds d'investissement le JIL'FCE.

Dans ce qui suit, nous tenterons d'approcher une population de jeunes entrepreneurs algériens adhérents au JIL FCE, afin de mettre en relief leurs facteurs clés de succès, qui est l'objectif de notre étude.

CHAPITRE 5

LE CADRE EMIPRIQUE DE LA RECHERCHE

INTRODUCTION DU CHAPITRE 5

L'Algérie est le plus grand pays du Maghreb avec une population résidente totale de 40,4 millions d'habitants, au 1er janvier 2016¹, un taux de chômage de 11,2%², en septembre 2015, avec une croissance réelle du PIB de 4 % en 2014, essentiellement tirée par la reprise du secteur des hydrocarbures, et 3,9% en 2015. Les perspectives économiques de l'économie algérienne, projettent un accroissement du PIB réel de 4.0 % en 2016³.

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

Ce changement introduit est basé sur la libéralisation des marchés. L'initiative entrepreneuriale privée est dès lors encouragée. L'Etat algérien prend conscience du rôle important des PME/PMI dans le développement de la croissance économique algérienne. Des initiatives sont prises pour encourager leur extension, notamment par le biais de la loi d'orientation sur la promotion de la PME, en 2001.

Par ailleurs, l'Etat donne une forte impulsion politique, en créant un ministère délégué, une agence nationale pour la promotion des PME, ainsi que des fonds de caution. L'entrepreneuriat en Algérie est en pleine expansion. Nous relatons dans notre présent développement les principaux indicateurs de l'activité économique en Algérie en comparaison avec le reste du monde, ainsi que les déficits et les initiatives privées de promotion de l'entrepreneuriat en Algérie.

¹<http://www.ons.dz/-Demographie-.html>, le 08/05/2016, 09h00

²<http://www.tsa-algerie.com/20160111/chomage-en-algerie-112-de-la-population-active-30-chez-les-jeunes/>, le 08/05/2016, 9h07

³<http://www.africaneconomicoutlook.org/fr/notes-pays/afrique-du-nord/algerie/>, 08/05/2016, 9h10

Section I : Les déficits et les efforts de promotion de l'entrepreneuriat en Algérie

Depuis plusieurs décennies, les efforts de l'Etat algérien pour la promotion de l'entrepreneuriat dans le pays ne sont plus à démontrer. Cependant, les résultats escomptés sont encore embryonnaires. Dans ce contexte, nous présentons dans la présente section les faiblesses du système algérien pour la promotion de l'entrepreneuriat, les contraintes à la création d'entreprise en Algérie, ainsi que les initiatives pour la propulsion des activités entrepreneuriales dans le pays.

5.1.1. Les faiblesses du système de promotion de l'entrepreneuriat en Algérie :

L'une des politiques du gouvernement algérien pour la relance de l'activité économique concerne la promotion de l'entrepreneuriat, à travers le déploiement de quatre facteurs primordiaux : la formation, le soutien à l'investissement, l'assouplissement de la fiscalité et la promotion de l'innovation. Cependant, avec les années, les résultats de la politique de l'Etat pour la promotion de l'entrepreneuriat demeurent embryonnaires et sans impact réel sur le développement économique.

5.1.1.1. Au niveau de la formation :

Depuis l'indépendance, les efforts de l'État en matière d'éducation et de formation sont importants. En effet, le budget consolidé de l'éducation nationale, de la formation professionnelle et de l'enseignement supérieur est le plus important des dépenses publiques. Aussi, il est important de signaler qu'en Algérie la formation est gratuite à tous les niveaux de l'apprentissage, du primaire à l'université. Cependant, un chômage structurel de plus en plus important s'installe en Algérie du fait de l'inadéquation de la demande et de l'offre de travail. En effet, dans son dernier rapport sur les perspectives économiques mondiales, le Fonds Monétaire International (FMI) dresse un bilan négatif de l'emploi en Algérie. Le FMI a revu à la hausse le taux de chômage du pays, en calculant un taux de 11,3% en 2015 et 10,8% en 2014, contre 9,8% en 2013¹.

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

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

Cette situation se reflète aussi sur le niveau de la formation et des compétences des entrepreneurs algériens, car même s'ils sont preneurs de risques et chasseur d'opportunités, ils n'ont pas le profil d'innovateur ou de managers. Selon l'étude de Tounes¹, les entrepreneurs algériens souffrent d'absence de culture managériale au point où ils ignorent l'existence d'outils de gestion leur épargnant des problèmes basiques.

Dans la même réflexion, Mme Fatma Seddaoui, Directrice Générale de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi de Jeunes (ANSEJ), le confirme implicitement, dans une déclaration, en marge des assises nationales de la formation professionnelle du 8 avril 2007. En effet, elle indique que dorénavant, aucun promoteur de l'ANSEJ ne bénéficiera d'un financement avant d'être formé dans les domaines de la gestion afin d'assurer la pérennité des micro-entreprises.

Le problème est principalement dû à la qualité de l'enseignement et aux contenus des programmes de formation, qui se traduit par une déperdition scolaire de plus en plus importante et des diplômés avec un manque en matière de savoir-faire. Par ailleurs, le système éducatif algérien dans son ensemble, du primaire à l'université, exclut l'entrepreneuriat des cursus contrairement à d'autres pays, comme le Canada.

Par ailleurs, les universités et les écoles ne disposent pas de formations complémentaires en gestion des affaires, en faveur des diplômés aptes à se lancer dans une activité privée. Les statistiques, à travers le monde, montrent que 60% des entreprises créées disparaissent au bout de la 3^{ème} année, à cause justement de la non maîtrise de cet aspect². Dans ce contexte, son Excellence Monsieur le Président de la République, Mr Abdelaziz Bouteflika, a déclaré à l'occasion de l'ouverture de la réunion Gouvernance Wali en date du 9 décembre 2006 que le système éducatif algérien a excellé dans la formation quantitative de salariés et de demandeurs d'emplois, mais il a moins réussi à bâtir une mentalité d'entrepreneurs³.

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

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

³ Idem, p : 1

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

5.1.1.2. Au niveau de la politique de soutien à l'investissement :

La politique de soutien à l'investissement a pris deux formes en Algérie : le soutien à la demande globale et les dispositifs de soutien à l'investissement, dans un double objectif. D'un côté, soutenir la croissance économique, et d'un autre côté, mettre à niveau l'infrastructure nationale, suite aux séquelles de la décennie noire que l'Algérie a connue. Toutefois, la mauvaise gouvernance, la corruption, la bureaucratie, la taxation élevée et le cadre juridique difficile ont limité les résultats escomptés. De ce fait, la liberté d'entreprendre est sérieusement entravée, en Algérie.

En effet, selon le rapport de la Banque Mondiale «Doing Business»¹ de 2008, l'Algérie est classée à la 132^{ème} place en termes de promotion de l'entrepreneuriat, et parmi les dernières, dans la zone MENA, en matière de réformes. Par exemple, démarrer une nouvelle affaire en Algérie nécessite en moyenne 24 jours supposant 14 procédures, alors que cette période est très réduite dans d'autres pays du MENA. A titre comparatif, en Tunisie, la situation est nettement meilleure au niveau des conditions de création d'entreprise : 10 procédures et tous les indicateurs de la concrétisation d'une affaire sont d'une qualité meilleure que les moyennes des indicateurs des pays de la région MENA et comparable à ceux enregistrés dans les pays de l'OCDE.

Par ailleurs, la corruption a atteint des seuils intolérables. Malgré la loi n° 06/01 du 20/02/2006 relative à la « prévention et lutte contre la corruption », l'indice de perceptions de la corruption (IPC) pour 2008 de l'Algérie reste très faible. Le score du pays calculé par Transparency International², est de 3,2 sur une échelle de 10, alors qu'il est de 8,7 au Canada et de 6,9 pour la France.

Aussi, la pression fiscale en Algérie est l'une des plus élevée de la zone MENA. Selon le rapport de la Banque Mondiale³ l'imposition touche 74,2% des bénéficiaires des entreprises. Aussi, le cadre juridique est moyen et peu propice aux affaires. Le rapport « Doing Business » de l'année 2008 le confirme puisque la note attribuée à l'Algérie, en termes de protection des investisseurs, est de 5,3 sur une échelle de 10.

¹Banque mondiale, « Doing Business Middle East & North Africa », Rapport 2008, p : 4-37.

²Transparency International, «Annual Report», 2007, p : 27.

³Banque mondiale, « Doing Business Middle East & North Africa », op-cit, p: 20

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

5.1.1.3. Au niveau de la législation fiscal :

La pression fiscale a été très amoindrie ces dernières années grâce aux différentes mesures comprenant des réductions du taux d'imposition, un allègement des procédures fiscales, et une exonération totale ou partielle pour plusieurs années. Ainsi, l'Algérie a opté pour deux types d'incitations à l'investissement avec deux régimes d'octroi d'avantages fiscaux pour éviter l'attribution automatique des avantages fiscaux. Il s'agit du régime général relatif aux investissements en dehors des zones à développer et d'un régime dérogatoire pour les investissements dans les zones à développer.

a. Le régime général : Ce régime se limite à des avantages accordés au titre de réalisation et d'exploitation de l'investissement, mais pour en bénéficier, un avis favorable du Conseil National de l'Investissement est exigé pour tout montant supérieur à 500 millions de DA.

Les avantages accordés au titre des réalisations concernent l'exonération en matière de droit de douane pour les équipements importés entrant directement dans la réalisation de l'investissement, et la franchise de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) pour les biens et services entrant directement dans la réalisation de l'investissement à condition qu'il soit d'origine algérienne. Cependant, le bénéfice de la franchise de la TVA, peut être accordé s'il est dûment établi l'absence d'une production locale similaire et l'exemption du droit de mutation à titre onéreux pour toutes les acquisitions immobilières effectuées dans le cadre de l'investissement.

Par ailleurs, les avantages accordés au titre de l'exploitation concernent l'exonération de l'impôt sur le bénéfice des sociétés (IBS), de la taxe sur l'activité professionnelle (TAP) et de l'impôt sur le revenu global (IRG). Depuis 2011, il a été décidé d'étendre la durée de ces exonérations à cinq années pour l'IBS et à deux années supplémentaires pour l'IRG et la TAP.

Afin d'encourager les investissements, les contribuables qui bénéficient de ces avantages sont tenus de réinvestir la part des bénéfices correspondant à toutes ces exonérations. L'obligation de réinvestir est prévue pour une période de quatre années.

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

b. Le régime dérogatoire : Il s'agit des investissements réalisés dans les zones dont le développement nécessite une contribution particulière de l'Etat ou les zones présentant un intérêt particulier pour l'économie nationale notamment lorsqu'ils utilisent des technologies susceptibles de préserver l'environnement, de protéger les ressources naturelles, d'économiser l'énergie.

Pendant la phase de réalisation du projet, les investisseurs peuvent bénéficier de :

- Un taux réduit des droits de douanes (5%) sur les équipements importés et entrant directement dans la réalisation de l'investissement.
- Une franchise de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) pour les biens et services destinés à la réalisation d'opérations assujetties à la TVA.
- Une exemption des droits de mutation sur acquisition immobilières.
- Un droit d'enregistrement pour les actes constitutifs et les augmentations de capital de la société bénéficiaires des avantages au taux réduits (0,2%)
- Une prise en charge totale ou partielle des travaux d'infrastructures nécessaires à la réalisation de l'investissement.

Par ailleurs, durant la phase d'exploitation, l'investissement bénéficie de :

- Une exonération pendant 10 ans de l'Impôt sur les Bénéfices des Sociétés (IBS), et de la Taxe sur l'Activité Professionnelle (TAP)
- Une exonération pendant 10 ans de la Taxe Foncière.
- Une possibilité de bénéficier de report des déficits à l'année successive et d'allongement des délais d'amortissement.

Les investisseurs dans les domaines de l'exportation, l'agriculture, la pêche et l'aquaculture, l'artisanat et le tourisme peuvent bénéficier des avantages fiscaux, dans certaines zones de l'extrême Sud et les hauts plateaux, par le biais de différents organes tels que l'ANSEJ, l'ANDI, la CNAC, etc...

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

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

La pression fiscale place l'Algérie au 174^{ème} rang, tandis que le Canada est à la 8^{ème} position, la Tunisie au 60^{ème} rang et le Maroc au 78^{ème} rang¹. De plus, l'entrepreneur algérien paye ses impôts en moyenne 29 fois par année, alors qu'au Maroc 6 fois seulement, et il consacre en moyenne 451 heures par année pour s'acquitter de ces impôts soit 2,5 fois plus que de ce qui en est à l'OCDE et 2 fois plus ce qui en est au MENA.

5.1.1.4. Au niveau de la promotion de l'innovation :

Depuis les travaux de Schumpeter, le rôle de l'innovation dans l'entrepreneuriat est unanimement reconnu par la communauté scientifique. De ce contexte, la politique publique en matière d'innovation en Algérie repose sur la valorisation des recherches par trois agences nationales² : l'Agence Nationale pour le Développement de la Recherche Universitaire (ANDRU), L'Agence Nationale pour le Développement de la Recherche en Santé (ANDRS), et l'Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du Développement Technologique (ANVREDET).

L'ANDRU est un établissement public à caractère administratif qui a pour objectif principal d'impulser et de soutenir le développement et la valorisation des activités de recherche. L'activité de l'agence s'inscrit dans le cadre des Programmes Nationaux de Recherche (PNR) tels que définis par la réglementation en vigueur. Localisée au sein des institutions universitaires d'enseignement et de recherche, l'agence a pour tâches de financer les programmes de recherche et les valoriser. Aussi, L'ANDRS est un établissement public à caractère administratif, chargé de contribuer à la mise en œuvre et à la réalisation du programme national de recherche en santé. Ses missions sont similaires à l'ANDRU mais dans le domaine de la santé.

L'ANVREDET est un établissement public à caractère industriel et commercial, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Il a pour mission de mettre en œuvre la stratégie nationale de la valorisation des résultats de la recherche et le soutien et accompagnement des idées innovantes.

¹Banque mondiale, « Doing Business Middle East & North Africa », 2015, p :8.

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

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

Il est difficile d'évaluer l'activité de ces agences à cause de leur jeune âge et de la rareté des travaux dans ce domaine. Toutefois, les statistiques de l'Institut National Algérien de la Propriété Industrielle (INAPI), montrent une augmentation du nombre de marques déposées en Algérie d'origine nationale ces dernières années. En effet, leur nombre était de 1237 en 2000, 1488 en 2003, et 2477 en 2006, mais il est difficile de se prononcer sur la réussite de la politique d'innovation en Algérie¹. Néanmoins, il est souhaitable pour l'Algérie de se doter d'un système national d'innovation à l'instar du Manuel d'Oslo pour les pays de l'OCDE.

5.1.2. Les contraintes à la création de l'entreprise en Algérie

L'environnement de la création d'entreprise en Algérie est très compliqué. En effet, le jeune entrepreneur algérien se trouve face à des difficultés, plus au moins pénibles à surpasser depuis la création jusqu'au développement de son entreprise. Les contraintes sont synthétisées dans les points suivants² :

5.1.2.1. Les contraintes financières :

L'un des principaux obstacles des petites entreprises est l'accès au financement, notamment à moyen et à long terme, ce qui les bloque pour investir et se développer. L'accès aux sources de financement est particulièrement difficile pour les entreprises qui ne disposent pas de garanties suffisantes, n'ont pas de références établies, ni d'historique de crédit.

Le rapport des actes des assises nationales de la PME du ministère de PME et de l'artisanat de janvier 2004³, a synthétisé les difficultés financières rencontrées par les PME algériennes comme suite :

- L'appui des banques est inadéquat aux besoins de financement des PME. Les procédures d'octroi de crédit sont lourdes et non adaptées aux nouvelles données économiques.
- Le coût du crédit est élevé. Les garanties exigées par les banquiers sont excessives et les délais de traitement des demandes de crédit et des opérations sont trop longs.
- L'inefficacité de la réglementation des changes. Elle est inadaptée aux échanges de services.

¹ Meziane A, « Le rôle des mécanismes d'appui et d'accompagnement dans le développement entrepreneurial en Algérie, étude de cas : structure ENSEJ », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Option : Management, Ecole Supérieure de Commerce, Koléa, Algérie, p : 94-100.

² Lekhal K K, Korichi Y, Gaboussa A, « Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspectives », Revue des entreprises algériennes, N°4, 2013, p : 41-47

³ Ministère des PME, « Rapport annuel des actes des assises nationales de la PME », Algérie, Janvier 2004

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

- L'absence de la notion de la prise de risque partagée chez les institutions de financement.
- Un système de fiscalité ordinaire lourd, qui n'a pas une vision stratégique de développement, ni une parafiscalité qui encourage la création d'entreprise.

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

5.1.2.2. Les contraintes relatives au marché du travail :

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

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

5.1.2.3. Les contraintes liées au foncier industriel :

La contrainte liée au foncier industriel est l'une des causes principales du recul de nombreux projets et des intentions d'investissements, surtout étrangers. Le manque de transparence dans le traitement des dossiers présente un obstacle sérieux pour la promotion des investissements. Les procédures d'accès au foncier sont lourdes et très longues. En effet, le temps moyen d'acquisition est entre 1 et 5 ans. L'accès au foncier industriel est très difficile, en termes de disponibilité, des démarches administratives, de prix et de modalités de paiement, etc...

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

La situation est plus critique pour les petites entreprises, par des immobilisations financières importantes pour l'acquisition des terrains industriels, au détriment de l'acquisition des équipements nécessaires à l'exercice de leurs activités d'exploitations et d'investissements.

Par ailleurs, l'autre obstacle majeur concerne l'ambiguïté du statut juridique des assiettes foncières, dans la mesure où la plupart des investisseurs installés ne possèdent pas d'actes légaux de propriétés authentiques. Malgré les efforts des autorités publiques, avec la création du guichet unique CALPI, la problématique de la multiplication des intervenants n'a pas été réglée, et son rôle s'est avéré essentiellement d'ordre administratif.

5.1.2.4. Les contraintes d'ordre administratif et judiciaire :

L'un des problèmes les plus importants rencontrés par les petites entreprises algériennes au cours de chaque étape du processus de la création au développement, est celui de la complexité des démarches administratives.

L'administration publique n'a jamais fait l'objet d'aucune mise à niveau, par conséquent elle est devenue un obstacle majeur à l'émergence d'une économie de marché, basée sur la libre concurrence et la promotion de l'investissement privé. Une situation qui découle du manque de transparence dans le traitement des dossiers, de la lourdeur des procédures administratives, du non engagement des institutions concernées, du manque de coordination et de connexion entre les divers organismes impliqués et l'absence de structures d'accueil et d'encadrement. Par ailleurs, la difficulté d'identifier l'entité habilitée à délivrer une autorisation d'exploitation pour une entreprise, livre le dirigeant de cette dernière à un long parcours de combattant, le ballottant d'un service à un autre.

Aujourd'hui, les pratiques bureaucratiques et la corruption caractérisent encore l'administration publique. Ses faibles performances sont dues, essentiellement, au fait qu'elle n'a jamais été l'objet d'une mise à niveau. Actuellement, il est impératif d'entamer une mise à niveau de l'ensemble des institutions administratives intervenant dans l'environnement macroéconomique pour la réussite de la promotion de la petite et moyenne entreprise.

Le rapport de la Banque Mondiale, « Doing Business » de 2015, révèlent que l'environnement institutionnel est encore peu favorable au développement de l'entrepreneuriat et de nouvelles créations d'entreprises.

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

En effet, pour créer une nouvelle activité, l'entrepreneur algérien doit réaliser 14 procédures, contre 5 procédures au Maroc et 1 seule au Canada. Par ailleurs, ceci nécessitent une moyenne de 22 jours, alors que la moyenne dans la zone MENA est de 19 jours et à l'OCDE 5 jours.

La dégradation des classements de l'Algérie dans les études de « Doing Business », en matière de facilitation des affaires et des réformes confirme cette situation. Dans ce contexte, l'Algérie est classée 152^{ème} en 2013, 147^{ème} en 2014 et 154^{ème} en 2015.

5.1.2.5. Les contraintes d'informations :

Le manque d'information constitue, aux yeux des experts l'un des principaux obstacles que doivent affronter les dirigeants des petite entreprises, désireux de se porter à la conquête d'un marché extérieur. Cependant, l'économie algérienne est caractérisée par un manque flagrant en matière de disponibilité de l'information. Un déficit d'information fiable et actualisée, à caractère économique, financier et commercial, est à souligner :

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

De ce fait, il est impératif pour l'émergence du secteur privé et le développement des PME, de mettre en place un système efficace de collecte, d'analyse et de diffusion des informations économiques. La création d'un établissement d'observation de la PME apportera plus de connaissances et de visibilité sur ce secteur de petites entités, qui demandent un suivi et un appui particulier à chaque étape de leurs vies.

Face à toutes ces lacunes, l'Algérie, est classée en 2014 parmi les pays les moins respectueux de la liberté économique au monde. En effet, l'indice de liberté économique de la Fondation Friedrich Naumann place l'Algérie à la 148^{ème} place sur un classement de 152 pays.

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

L'Algérie se trouve ainsi dans le top 10 des pays où la liberté économique est la plus réduite au monde. En contre part, à l'échelle maghrébine, la Tunisie occupe le haut du podium, 96^{ème} au monde, devant le Maroc 113^{ème}.

L'étude mesure le degré de liberté économique suivant cinq principaux critères : le degré d'intervention de l'Etat, le système juridique et les droits de propriété, le système monétaire, la liberté du commerce extérieur et la régulation de la vie économique¹.

Le tableau suivant met en relief le classement général de l'Algérie dans la facilité à faire des affaires sur 189 économies, sur la base du rapport de la Banque Mondiale « Doing Business 2015 »

Tableau n° 10 : Doing Business 2015 - Facilité de faire des affaires en Algérie

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

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

13h00

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

¹<http://www.maghrebemergent.com/-de-la-liberte-economique-au-monde.html>, 09/10/2015, 20h00

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

5.1.3. Les initiatives de promotion de l'entrepreneuriat et la création d'entreprise en Algérie :

Malgré les difficultés relatives à la promotion de l'entrepreneuriat et la création d'entreprise, un écosystème favorable aux jeunes entrepreneurs se met timidement en place en Algérie¹. Porté par le secteur privé, il se présente en complément des dispositifs déjà engagés par les pouvoirs publics en faveur de la création de jeunes entreprises. Sa particularité, c'est qu'il s'adresse en premier lieu aux étudiants et jeunes diplômés des universités et grandes écoles. Il s'agit du Global Entrepreneurship Week Algeria, INDJAZ El-Djazair et DZWEBBAYS. Ses initiatives sont des espaces où les jeunes peuvent trouver un soutien, pas nécessairement financier, rencontrer et se former auprès d'entrepreneurs, partager leurs expériences et échanger des pratiques et des idées.

Il est clair que ces initiatives ne sont pas la panacée qui permettra de résoudre définitivement le problème du chômage chez les diplômés, mais il peut certainement faciliter l'entrée sur le marché du travail pour un certain nombre d'entre eux qui ont l'ambition et les moyens de devenir entrepreneurs. En effet, une étude réalisée au Royaume-Uni, confirme que les entrepreneurs ayant fait leurs premiers pas sur les bancs de l'école ou de l'université doubleraient leurs chances d'être leur propre patron une fois dans la vie active. L'étude révèle que 42% des participants à des « juniors entreprises » deviendraient chefs d'entreprise.

L'entrepreneuriat des jeunes universitaires doit être envisagé comme un apprentissage à l'approche du projet, et non pas une approche purement académique. En effet, un junior entrepreneur doit être capable d'identifier les besoins, déterminer des objectifs, trouver des partenaires, réaliser un rétro-planning pour créer une entreprise.

A titre d'exemple le Global Entrepreneurship Week², organisé à Alger mais aussi dans 14 autres wilayas (Oran, Mostaganem, Sidi Bel Abbès, Sétif, Batna, Guelma, Msila, Ghardaïa...), réunissant plus de 3 500 participants, dont une majorité d'étudiants en fin de cursus. Selon Fatiha Rachedi, membre de Napeo Algeria et en charge de l'organisation de l'évènement, la semaine de l'entrepreneuriat, qui en est à sa deuxième édition en Algérie, est l'occasion de sensibiliser aux valeurs de l'initiative et de l'entrepreneuriat.

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

²Idem, p : 46.

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

L'objectif de ces initiatives, à l'instar d'Indjaz El Djazair et Global Entrepreneurship Week est de faire émerger une nouvelle génération d'entrepreneurs.

Lors de la dernière édition du Global Entrepreneurship Week, 160 évènements ont été assurés, notamment des conférences, des ateliers de coaching des porteurs de projets, en passant par des concours ou des séances de créativité. Un large panel d'actions a été ainsi mis en place pour insuffler aux jeunes étudiants l'esprit d'entreprendre, pour passer des idées aux actes. L'esprit d'entreprendre suppose de la créativité, de l'innovation et une prise de risques, ainsi que la capacité de programmer et de gérer des projets en vue de la réalisation d'objectifs.

La Global Entrepreneurship Week, connue sous le sigle GEW¹, a pour but d'exposer, particulièrement aux jeunes, les avantages de l'entrepreneuriat à travers différentes activités et à les inciter à explorer leurs propres idées entrepreneuriales. Il a pour objectif de :

- Être une source d'inspiration. Ceci consiste à donner des idées et faire connaître l'entrepreneuriat à des jeunes de moins de trente ans qui, sans cette initiative, n'auraient probablement pas envisagé de faire carrière dans ce domaine.
- Mettre en contact. Il s'agit d'établir un réseau entre les jeunes et les organisations par-delà les limites nationales, afin de découvrir de nouvelles idées à la croisée des cultures et des disciplines.
- Servir de mentor. Il est question de recruter, partout dans le monde, des entrepreneurs actifs et motivés pour encadrer et servir de mentors aux jeunes entrepreneurs talentueux afin qu'ils poursuivent leur rêve de créateurs de richesses.
- Initier le dialogue. Montrer aux leaders d'opinion et aux responsables politiques que l'entrepreneuriat est au cœur de la santé économique et de la culture d'un pays, tout en leur donnant l'occasion de découvrir les politiques et les pratiques d'entreprise en vigueur dans d'autres pays.
- Susciter un engagement. Au travers de cette campagne, il est fort à espérer que chacune des parties prenantes (administration, communauté des affaires, médias...) puisse s'engager à soutenir la dynamique entrepreneuriale du fait des solutions qu'elle apporte tant dans l'amélioration de l'environnement des affaires que le redéploiement de l'économie de tout pays.

¹Bouzar M, «Entrepreneuriat des jeunes diplômés : une dynamique s'enclenche ! », op-cit, p : 47.

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

Il existe également des initiatives provenant du secteur privé, avec un objectif similaire, celui de la promotion de l'intention et l'action entrepreneuriale. Des initiatives à l'image de l'Académie Algérienne de l'Entrepreneuriat, créée en octobre 2010, qui tente par des actions de sensibilisation et par voie de concours, de donner une visibilité à de jeunes porteurs de projets issus du monde universitaire, toutes filières confondues¹.

Dans une perspective similaire, la diaspora algérienne aux Etats-Unis joue également un rôle actif. En effet, l'Algerian Start Up Initiative (ASI) a été créée en 2009, par le biais d'un partenariat entre des entreprises algériennes et des sociétés leaders dans le domaine des NTIC aux Etats-Unis. L'ASI organise annuellement un concours du meilleur business plan, destiné aux porteurs de projets de startups. Les lauréats du concours bénéficient d'une incubation à l'incubateur de Sidi Abdellah à Alger, de séances de conseils et de coaching et d'un fonds d'investissement de la Silicon Valley aux Etats-Unis. Cette même diaspora a annoncé en octobre 2011 la création d'un fonds d'investissement algéro-américain appelé « Casbah Business Angels », introduisant ainsi un nouveau mode de financement en Algérie².

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

²Idem.

Section 2 : Etude qualitative de la création d'entreprise en Algérie

Dans le cadre de la réalisation de l'étude sur les jeunes entrepreneurs algériens nous avons effectué dix entretiens avec des entrepreneurs adhérents au JIL FCE, dont les entreprises sont installées au Nord, au Sud, à l'Est, et l'Ouest de l'Algérie, avec chacun un projet différent et des motivations différentes pour entreprendre.

Les entrepreneurs présentaient chacun une histoire et un parcours particulier. Il y'a ceux qui ont choisi d'être entrepreneurs par la force du destin, d'autres par passion pour l'esprit d'entreprendre, et d'autres encore par héritage de père en fils. Ces entrepreneurs ont tous un point commun, c'est leur ardeur, ambition et passion pour leur projet entrepreneurial, ainsi que leur conviction personnel de réussir à imposer leur entreprise dans l'économie algérienne, malgré les obstacles.

Nous avons réalisé les entretiens par téléphone, pour les entrepreneurs hors la Wilaya d'Alger, et face à face pour les entrepreneurs de la Wilaya d'Alger, sur la base d'un guide d'entretien que nous avons élaboré. La durée minimum de chaque entretien était fixée à trente minutes. Dans notre présent développement nous présentons le cadre général de l'élaboration du guide de l'entretien, ainsi que la synthèse des dix entretiens.

5.2.1. Le guide de l'entretien : Instrument pivot de l'étude qualitative

5.2.1.1. La présentation du guide de l'entretien : Le guide de l'entretien est un manuel récapitulatif des thèmes à aborder lors d'une enquête qualitative, présentés sous formes de questions ouvertes. Les lectures et les recherches sont essentielles pour développer une liste exhaustive des différents thèmes à traiter, afférents aux hypothèses de l'étude¹. Chaque thème correspond à un objectif de compréhension ou de connaissance précis. Notre guide d'entretien, développé à la suite d'une étude documentaire exploratoire, mets en relief huit principaux thèmes, comprenant les hypothèses de l'étude, à savoir :

- ✓ La présentation de l'entrepreneur
- ✓ La présentation du projet entrepreneurial
- ✓ L'importance de l'entrepreneuriat pour l'entrepreneur
- ✓ Les raisons du choix de l'entrepreneuriat
- ✓ L'importance du business plan dans le projet entrepreneurial
- ✓ Les contraintes et les freins à l'entrepreneuriat

¹<http://www.trackbusters.fr/definition-guide-dentretien.html>, le 18/06/2016, 14h00

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

- ✓ Les facteurs clés de succès à l'entrepreneuriat
- ✓ La description de l'entrepreneuriat en Algérie

Le tableau suivant synthétise les huit questions principales, ainsi que les questions de relance de l'entretien, afférents aux thèmes de notre guide d'entretien.

Tableau n° 11 : Le guide de l'entretien de l'étude

Questions Principales	Eléments de relance
1) Pouvez-vous vous présenter ?	Quel est votre âge ? ; Quelles sont vos formations de base ? ; Avez-vous suivi des formations en entrepreneuriat ? ; Quelle est votre expérience professionnelle antérieure ? Quel est votre profil psychologique ? Comment pouvez-vous décrire votre environnement social et votre entourage familial ?
2) Pouvez-vous présenter votre projet ?	Quelle est la nature de l'activité de l'entreprise ? ; Quelle est la date de sa création ? ; Quel est le mode de financement de départ ? ; Quel est le niveau de réalisation par rapport aux objectifs ?
3) Que représente l'entrepreneuriat pour vous ?	Quelles sont vos propres visions et convictions par rapport à l'entrepreneuriat ? Que vous inspire le mot « entrepreneuriat » ?
4) Pourquoi avez-vous choisi d'entreprendre ?	Quelles sont les raisons qui vous ont poussé à choisir la voie de l'entrepreneuriat ?
5) Pouvez-vous nous parler de votre Business Plan ?	Comment avez-vous élaboré votre Business Plan ? ; Quelle est l'importance de l'élaboration d'un Business Plan pour le projet entrepreneurial ?
6) Quelles sont les contraintes/freins que vous avez rencontrés pour la création de l'entreprise ?	Pouvez-vous nous parler des lourdeurs administrative, financières ou autres contraintes, qui vous ont semblé difficiles à surmonter ?
7) Quelles sont les facteurs de votre réussite qui vous ont poussé à réaliser votre projet malgré les difficultés ?	Est-ce que votre formation, votre expérience antérieure, ou bien le capital financier de départ avaient une influence sur la réussite de votre projet ? ; Pouvez-vous nous citer d'autres facteurs de votre réussite ?
8) Comment pouvez-vous décrire l'entrepreneuriat en Algérie ?	Que pensez-vous de l'environnement juridique et l'environnement des affaires en Algérie ? ; Que pensez-vous de l'accès au financement pour la création d'entreprise en Algérie ?

Source : Tableau réalisé par l'étudiante

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

5.2.1.2. Les objectifs du guide de l'entretien : Le guide de l'entretien représente un support pour l'enquêteur lors du déroulement d'un entretien semi-directif. En effet, d'une part il lui permet de diriger l'entretien, tout en laissant une certaine liberté d'expression pour l'interrogé. D'autre part, il permet de recentrer les thèmes de l'entretien dans le cas où la personne interviewé dévie du sujet, ou bien la relancer si la personne est intimidée.

Par ailleurs, le guide de l'entretien est une base de mémoire pour l'enquêteur, qui lui permet de se concentrer sur les réponses de l'interrogé, et orienter les questions selon les informations collectées. De ce fait, l'enquêteur utilise son guide pour ne pas risquer de passer à côté des questions importantes.

Néanmoins, même si le guide présente de nombreux avantages, il peut également présenter des inconvénients. En effet, l'enquêteur doit anticiper les thèmes à aborder pour se détacher du guide, et être plus emphase avec son interlocuteur¹.

5.2.1.3. La population cible : Le choix de la population ne se fait pas au hasard. En effet, c'est une démarche construite, qui dépend des objectifs de la recherche initiée, qui nécessite de faire attention à la facilité de la proximité.

Dans le cadre d'une enquête qualitative, l'échantillon comporte un petit nombre d'individus, qui présentent des profils variés, afin de pouvoir dresser un portrait le plus exhaustif possible du problème étudié. En théorie, les entretiens sont arrêtés lorsque ces derniers ne donnent aucune nouvelle information, par le principe de saturation. L'expérience montre que cela arrive avec dix à trente entretiens maximum². La durée de l'entretien est relative à l'enquête, mais il est indispensable de la notifier à l'avance à l'enquêté. Par ailleurs, les résultats des entretiens n'ont aucune validité statistique, mais ils servent à identifier l'ensemble des situations possibles.

Dans le cadre de notre étude, nous avons effectué dix entretiens fixés pour une durée d'une demi-heure au minimum, en appliquant le principe de saturation. La population choisie était composée de jeunes entrepreneurs adhérents au JIL FCE, qui correspondent aux caractéristiques de notre échantillon de l'étude quantitative.

¹Godfroid T, « Préparer et conduire un entretien semi-directif », Séminaire organisé par Joëlle Kivits et Laurence Guignard, France, Mai 2012, p : 14.

² Idem.

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

5.2.2. La synthèse des entretiens :

5.2.2.1. La présentation de l'entrepreneur : Ce thème englobe les informations suivantes : le sexe, l'âge, les formations de base, les formations en entrepreneuriat, l'expérience professionnelle antérieure, le profil psychologique, l'environnement social et l'entourage familial.

Les entrepreneurs interrogés sont tous des hommes, pour la simple raison qu'aucune femme sollicitée pour l'entretien n'a accepté de nous répondre. Par ailleurs, la tranche d'âge de ces hommes varie, comme le montre le tableau entre 22 ans et 39 ans, de niveau de formation divergente, allant de la 2^{ème} année secondaire, au magister et l'ingénieur. Il est important de préciser que 5/10 personnes ont plus d'un diplôme dans des domaines différents. Mais nous avons choisis de prendre le titre du diplôme le plus élevé de chacun. La formation en entrepreneuriat ne présente pas un vecteur clés dans l'activité de ces entrepreneurs. Pour 7/10 de ces personnes, ils ont appris à entreprendre par la force des choses, sur le terrain, suite à des conseils et orientation de leur entourage, ou bien c'est un héritage de famille qui s'acquiert de père en fils. Aussi, 6/10 de ces entrepreneurs ont des expériences professionnelles de 8 ans et plus dans des postes clés au niveau d'entreprises publiques, privés ou même étrangères.

L'environnement social et familial est très divergent pour chacun de ces personnes. En effet, 4/10 personnes sont issues de famille d'entrepreneurs, 3/10 personnes sont issues de famille modeste. Enfin, 3/10 personnes sont issues d'un environnement favorisant l'innovation, et par conséquent l'entrepreneuriat. L'environnement en question concerne le domaine des nouvelles technologies de l'information et la communication.

Par ailleurs, ce que nous avons trouvé en commun à ces dix entrepreneurs, et ce qui nous a étonnés, c'est leur profil psychologique. Ils correspondent tous à un profil particulier, mais communs entre eux. En effet, nous pouvons les décrire tous comme étant des personnes courageux, rigoureux, ambitieux, très patient, cultivé, donnant le meilleur d'eux-mêmes, passionné pour leur projet et la nouveauté, à la recherche de l'accomplissement personnel et les challenges, avec l'envie d'imposer leur entreprise dans l'économie algérienne.

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

5.2.2.2. La présentation du projet entrepreneurial : Ce thème présente les informations suivantes : la nature de l'activité de l'entreprise, la date de sa création, le mode de financement de départ, le niveau de réalisation par rapport aux objectifs. Les résultats des entretiens relatifs à cette question sont présentés dans le tableau suivant :

Tableau n° 12 : La synthèse de la présentation des dix projets d'entreprise

Référence	Description	Nombre de réponses
Nature de l'activité	L'enseignement sur Internet	1
	Bureau d'études de marché	1
	Site web pour l'organisation et la gestion des mariages	1
	Le journal en ligne	1
	Plateforme virtuel pour études et promotion de l'entrepreneuriat	1
	Fournisseurs de solutions sur internet, Hébergement de site web	1
	Industrie de béton	1
	Industrie du textile	1
	Agence de photographie	1
	Catering modern avec commande de repas sur mesure via application	1
Age de l'entreprise	Moins d'une Année	3
	Entre 2 ans et 3 ans	2
	Entre 4 et 6 ans	2
	Plus de 6 ans	3
Le mode de financement à la création	Personnel	7
	Sponsoring	1
	Bancaire	1
	Dispositifs ANDI, ANSEJ, CNAC, etc	1
Le niveau de réalisation par rapport aux objectifs	Positifs	5
	Négatifs mais dans l'optimisme	4
	Pas encore mis en exploitation	1

Source : Tableau réalisé par l'étudiante

Le choix du projet n'est jamais un hasard pour ces entrepreneurs. Il s'agit d'un héritage de famille, une passion pour l'activité ou pour l'innovation. Ces entrepreneurs ont développés leur projet et créent leur entreprise suite à des observations, des conseils et orientations, recherches et études personnelles ainsi que des formations dans le domaine de l'activité de l'entreprise. Le domaine d'activité de ces dernières est très varié et il est présenté dans le tableau précédent.

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

5.2.2.3. L'importance de l'entrepreneuriat pour l'entrepreneur : Dans cette partie du guide de l'entretien la personne interrogée nous présente ses propres visions et convictions de l'entrepreneuriat. Les réponses présentent de grandes similitudes que nous présentons par ordre dans le tableau suivant :

Tableau n° 13 : La synthèse de l'importance de l'entrepreneuriat pour l'entrepreneur

Description	Nombre de Réponses
- Un accomplissement personnel.	4
- Une passion pour l'innovation.	3
- Un moyen efficace pour augmenter ces revenus d'une manière exponentielle.	3
- Un moyen excellent pour développer sa propre réflexion.	3
- Un moyen idéal pour réaliser un rêve particulier.	1
- Une passion pour une activité qui se transforme en un projet entrepreneurial.	1

Source : Tableau réalisé par l'étudiante

5.2.2.4. Les raisons du choix pour l'entrepreneuriat : Dans cette partie les entrepreneurs interviewés nous donne les raisons de choix pour devenir des entrepreneurs. Les réponses sont présentées par ordre d'importance dans le tableau suivant :

Tableau n° 14 : La synthèse des raisons de choix pour l'entrepreneuriat

Description	Nombre de Réponses
- Une passion pour le projet	5
- Une envie d'être son propre patron	4
- Une opportunité à saisir	3
- Un challenge personnel	3
- Un héritage de famille	3

Source : Tableau réalisé par l'étudiante

5.2.2.5. L'importance du business plan dans le projet entrepreneurial : La personne questionnée nous présente le mode d'élaboration du Business Plan, son importance par rapport à la réalisation du projet entrepreneurial et son alternative possible.

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

Les résultats sont frappants, 5/10 personnes nous ont déclarés que l'élaboration du business plan est une activité très importante pour poser les bonnes questions quant à la réalisation du projet. Aussi, ils déclarent que ce n'est pas important d'avoir un business plan avant même la création de l'entreprise, mais il est primordial d'établir une étude de marché auprès d'un cabinet expert.

Par ailleurs, le Business Plan devient important au fur et à mesure de la mise en exploitation de l'entreprise. D'autres entrepreneurs (4/10) préfèrent l'ancienne méthode, sans Business Plan, sans pour autant nous donner de raisons claires sur le sujet. Une seule personne interviewée nous a parlé du Business Model. Effet, selon cet entrepreneur, le Business Plan devient démodé, et il est temps maintenant de parler du Business Model, qui met en relief la trésorerie et les cash-flows de l'entreprise.

5.2.2.6. Les contraintes et les freins à l'entrepreneuriat : En ce qui concerne les contraintes, ils sont similaires pour la plus part des entrepreneurs que nous avons interviewés sont similaires avec des pondérations plus au moins différentes.

a. Les contraintes relatives à l'environnement des affaires : La contrainte majeure que rencontrent 7/10 entrepreneurs concerne l'environnement des affaires. En effet, une fois commercialisé, le produit ne trouve de demande par manque de confiance de la clientèle dans le produit algérien, et aussi parce que l'Etat algérien ne présente aucun dispositif pour protéger la petite entreprise algérienne. De ce fait, le client se dirige automatiquement vers le produit étranger, que ce soit dans le domaine des services tel que les bureaux d'études de marché ou le domaine du textile. Le manager d'une entreprise dans le secteur du textile nous a confié que son entreprise a failli faire faillite par manque d'écoulement de son produit sur le marché. Il était obligé d'importer le produit fini, au lieu de le fabriquer au niveau national pour éviter de fermer son usine. Ceci lui a causé des coûts supplémentaires en terme de temps, suite aux procédures lourde d'importation et de dédouanement ainsi que les coûts pécuniaires y afférents.

Par ailleurs, une autre contrainte par rapport à l'environnement des affaires de l'entreprise du secteur des technologies de l'information et de la communication. Par exemple, le premier responsable d'une entreprise de l'enseignement en ligne et un autre pour le journal en ligne, nous ont confié que les clients, à la limite ignorent l'existence du produit, donc le produit ne trouve pas de demande suffisante pour dépasser le seuil de rentabilité.

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

b. Les contraintes relatives à l'administration : La deuxième contrainte que rencontrent ces entrepreneurs est relative à l'administration algérienne. En effet, 6/10 personnes déclarent que les procédures administratives à la création de l'entreprise et l'ouverture d'un compte bancaire au nom de l'entreprise sont excessivement lourdes. Aussi, le temps très long pour répondre à la demande de la création de l'entreprise, la délivrance du registre de commerce, et l'identifiant fiscal.

Aussi, l'exigence de payer 2 ans de bail pour la création de l'entreprise, ainsi que l'exigence fiscale de déclarer mensuellement le G50, sans même avoir enregistré de chiffre d'affaires. De plus, le dossier d'importation, les taxes d'importations et de dédouanement à supporter par l'entreprise à chaque opération d'importation des machines industrielles, comptent parmi les freins à l'avancement de l'activité des entreprises que nous avons rencontré.

c. Les contraintes relatives au financement : La dernière contrainte les entrepreneurs, est relative au financement. Pour dépasser cette contrainte 7/10 personnes recours au financement personnel à 100% de leur activité, à la création de leur entreprise. Mais pour le développement de leur activité, ils ont du mal à trouver du financement. En effet, à cause du comportement méfiant des banques et le manque de capital risque dans le pays les jeunes entreprises ont du mal à décoller pour développer leur activité et faire face à la concurrence, surtout étrangère, qui devient de plus en plus agressive. En ce qui concerne les dispositifs ANDI, ANSEJ, ANGEM, etc., ils présentent le financement idéal pour le secteur de l'industrie comme le béton ou les machines du textile avec un inconvénient majeur, le temps long entre la demande du crédit et son octroi. Cependant, ces dispositifs n'offrent aucun soutien pour le secteur de la technologie de l'information et de la communication. Ils n'ont aucun service à la disposition des entreprises de services virtuel comme l'enseignement en ligne ou le journal en ligne.

5.2.2.7. Les facteurs clés de succès à l'entrepreneuriat : Pour la plus part des entrepreneurs interviewés, pendant leur parcours, ils font face aux mêmes difficultés financières, administratives, ainsi relatifs à l'environnement des affaires. Cependant, ils arrivent tous à s'imposer dans leur domaine malgré les freins et les contraintes qu'ils rencontrent tous les jours. Les réponses que nous avons reçues sur cette question sont synthétisées par ordre d'importance dans le tableau suivant :

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

Tableau n° 15 : La synthèse des facteurs clés de succès

Description	Nombre de Réponses
Le capital de départ	5
Les facteurs psychologiques : la détermination, le courage, la patience, l'ambition	4
Les compétences dans le domaine de l'activité de l'entreprise	3
Les formations dans le domaine de l'entrepreneuriat	3
Le conseil et l'orientation de l'entourage	2
Savoir trouver la bonne idée au bon moment	1
Enregistrer du chiffre d'affaires	1
L'innovation	1

Source : Tableau réalisé par l'étudiante

5.2.2.8. La description de l'entrepreneuriat en Algérie : Pour finir nous avons demandées aux entrepreneurs interrogés de nous décrire en quelques mots l'entrepreneuriat en Algérie. Leurs réponses sont présentées dans ce qui suit :

L'entrepreneuriat en Algérie est très compliqué. Il est très important de s'armer de courage, de patience et de détermination pour pouvoir arriver à ses fins et réaliser ses objectifs. Cependant, il présente beaucoup d'opportunités, surtout pour le secteur des technologies de l'information et de la communication ou le secteur est encore vierge, et dans lequel beaucoup de choses à faire.

Paradoxalement, et malgré les contraintes et les difficultés que nous avons précédemment citées, selon quelques-uns des entrepreneurs questionnés, l'entrepreneuriat en Algérie est en développement, il est aussi décrit comme étant de plus en plus flexible, grâce notamment à la disponibilité de l'information, et son accès simple et rapide sur Internet grâce Smartphones et aux plateformes virtuelles.

Au final, la présente étude qualitative est une première approche sur le terrain de l'objet de notre étude. En effet, elle nous a permis d'une part de tester la validité de nos hypothèses, et d'autres part élaborer le questionnaire et affiner les différentes modalités des réponses.

Section 3 : Etude quantitative sur les Facteurs Clés de Succès de la création d'entreprise en Algérie

Nous présentons dans cette section la partie quantitative de notre travail de recherche, à savoir la méthodologie de la recherche, l'analyse des données, ainsi que la présentation des principaux résultats obtenus.

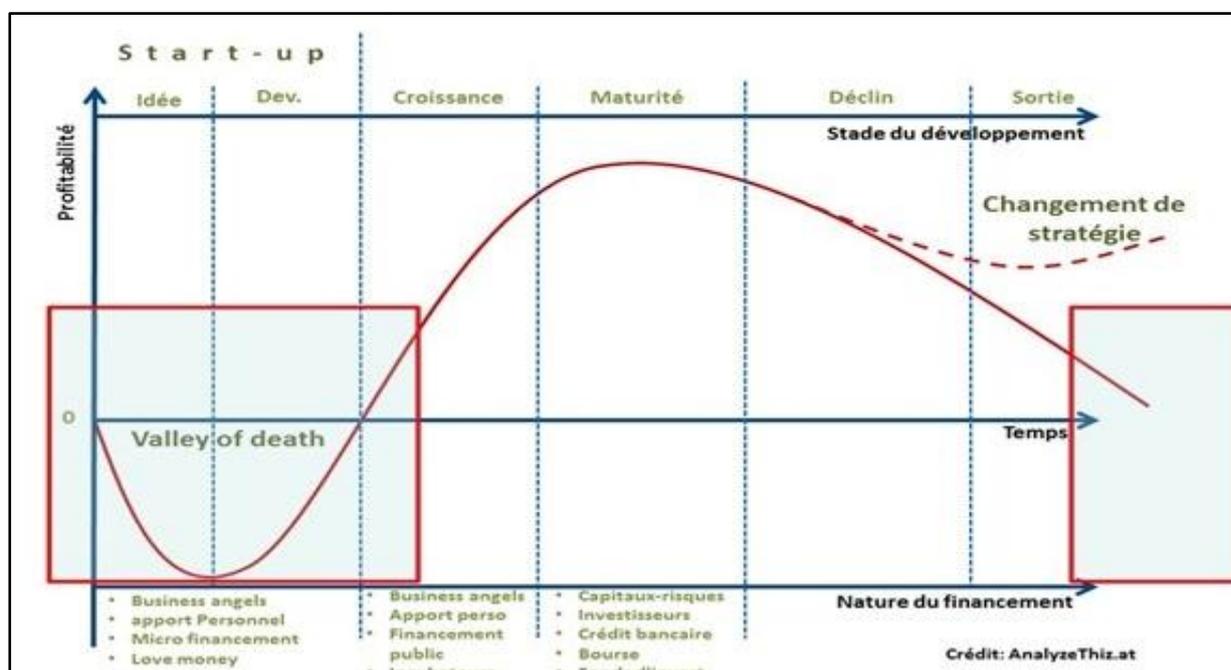
5.3.1. La méthodologie de la recherche :

5.3.1.1. Description de l'échantillon de l'étude :

Notre échantillon d'étude se centre sur les entreprises installées en Algérie, dans tous les secteurs d'activité, notamment l'innovation, adhérente au Forum des Chefs d'Entreprise. Nous nous centrons sur l'étude des entreprises durant les deux premières phases de leur cycle de vie, c'est-à-dire la phase de lancement et la phase de croissance.

Notre choix s'est porté sur ces deux premières phases, car ce sont les périodes les plus sensibles et les plus critiques de la vie de l'entreprise où le taux de faillite est très important. La figure suivante synthétise le cycle de vie d'une start-up¹ et de toute entreprise, et met en relief la vallée de la mort pour toute entreprise nouvellement créée.

Figure n° 9 : Le cycle de vie d'une Start-Up



Source : <http://www.oezratty.net/wordpress/2015/recyclage-talents-ecosystemes-innovation/>, le 24/04/2016, à 14h00.

¹Selon Wikipédia, la startup est une jeune entreprise innovante à fort potentiel de croissance qui fait souvent l'objet de levée de fonds.

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

En effet, selon le schéma précédent, le risque de mort de l'entreprise durant la période de croissance et de lancement est le plus critique car les contraintes et les perturbations auxquelles les entreprises font face sont les plus importantes et seules les plus solides d'entre elles arrivent à maturation, les autres sont tuées dans l'œuf. Suite à l'importance des difficultés et des contraintes qui freinent la croissance des entreprises durant les deux premières phases de leur cycle de vie, il semble aussi que leurs facteurs clés de succès durant ces deux premières phases sont les plus pertinents.

Dans ce contexte, il est important de signaler que le succès est une notion relative aux objectifs fixés. Aussi, pour notre étude empirique, la définition du succès concerne toutes les entreprises actives, dont les contraintes et les difficultés, pendant leur phase de lancement et de croissance, ne les empêchent pas de réaliser leurs objectifs de développement.

A cet effet, la définition de notre échantillon d'étude concerne « *Toute entreprise adhérente au Forum des Chefs d'Entreprise installée en Algérie, dans tout secteur d'activité, avec un minimum une année d'existence* ».

5.3.1.2. La collecte des données : Afin d'atteindre l'objectif de l'étude, celui de déterminer les facteurs clés de succès, nous avons élaboré un questionnaire sur Google Form, que nous administré en ligne, par mailing et sur une trentaine de page Facebook.

Le questionnaire est destiné aux jeunes entrepreneurs algériens âgés au maximum de 40 ans adhérents au JIL FCE, et qui sont à la tête de leur entreprise nouvellement créée, avec au maximum 10 ans d'existence.

Selon Thietard : « Le questionnaire est l'outil de collecte des données primaires le mieux adapté pour réaliser des enquêtes et des sondages à partir d'informations quantitatives et/ou qualitatives »¹.

En respectant les critères de définition de l'entreprise, qui répond à notre problématique, nous avons pu approcher un échantillon de 135 entreprises.

¹Thietard A R, « Méthodes de recherche en management », Edition Dunod, 3^{ème} Edition, Paris, p : 230.

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

5.3.1.3. L'outil statistique utilisé : Le support statistique que nous avons utilisé pour le traitement des données est le logiciel Epi Info¹ version 3.5.3 en langue française.

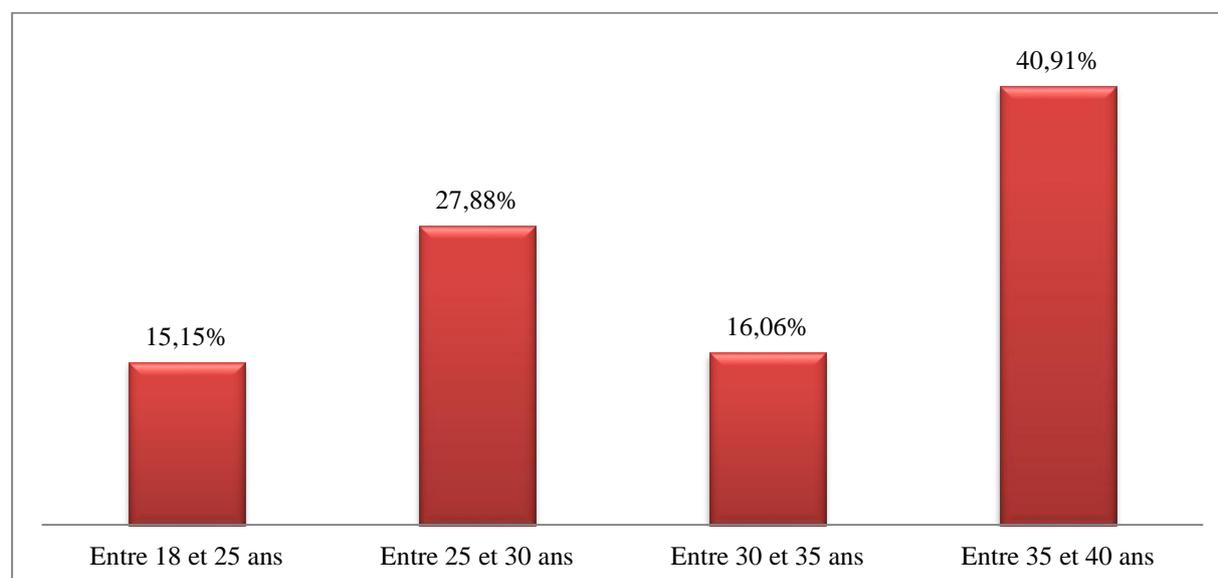
Nous avons effectué avec ce logiciel une analyse statistique pour les modalités qualitatives, grâce à un ensemble d'outils statistique, notamment les outils de la statistique descriptive : effectifs et pourcentage, ainsi que le test de Khi2 de plusieurs pourcentages.

5.3.2. L'analyse des données

Dans notre présent développement, nous présentons une synthèse des réponses des différentes rubriques de notre questionnaire.

5.3.2.1. Les caractéristiques des entrepreneurs : Notre échantillon d'étude est composé de 135 entrepreneurs âgés entre 18 ans et 40 ans, dont 93,94% sont des Hommes et 6,06% sont des femmes. La figure suivante met en relief la répartition des entrepreneurs par tranche d'âge.

Figure n° 10 : La répartition des entrepreneurs par tranche d'âge



Source : Figure élaborée par l'étudiante

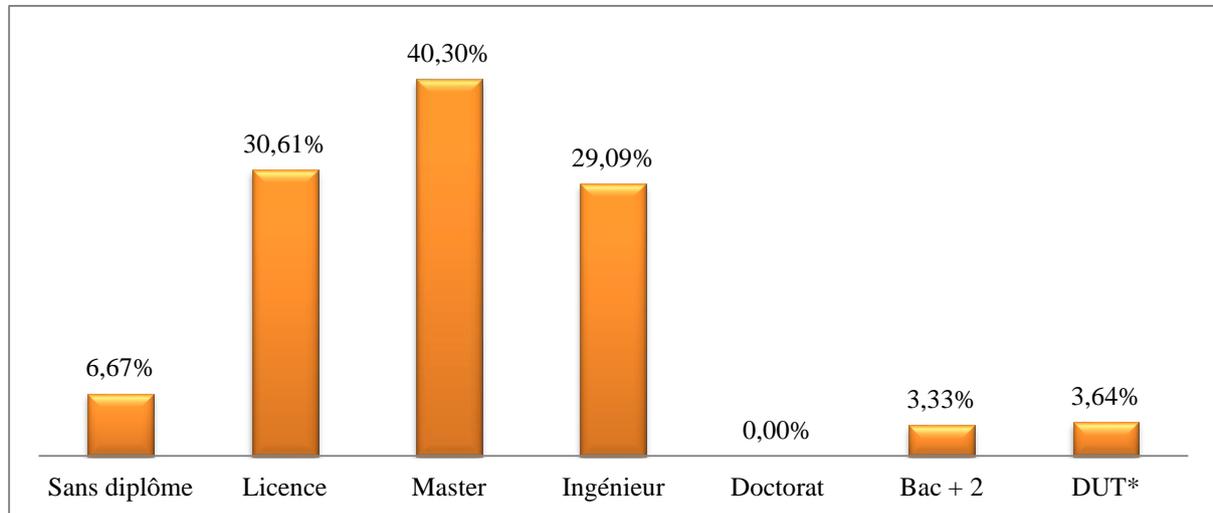
La figure ci-dessous, montre la concentration des entrepreneurs dans la tranche d'âge entre 35 et 40 ans avec un taux de 40,91%, suivi de la tranche d'âge entre 25 ans et 30 ans avec un taux de 27,88%.

¹Epi Info, a database and statistics program for public health professionals. Centers for Disease Control and Prevention, Atlanta, Georgia, USA. Dean and coll, 2002.

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

Dans la figure suivante, nous présentons la répartition des entrepreneurs par catégorie de diplôme.

Figure n° 11 : La répartition des entrepreneurs par catégorie de diplôme



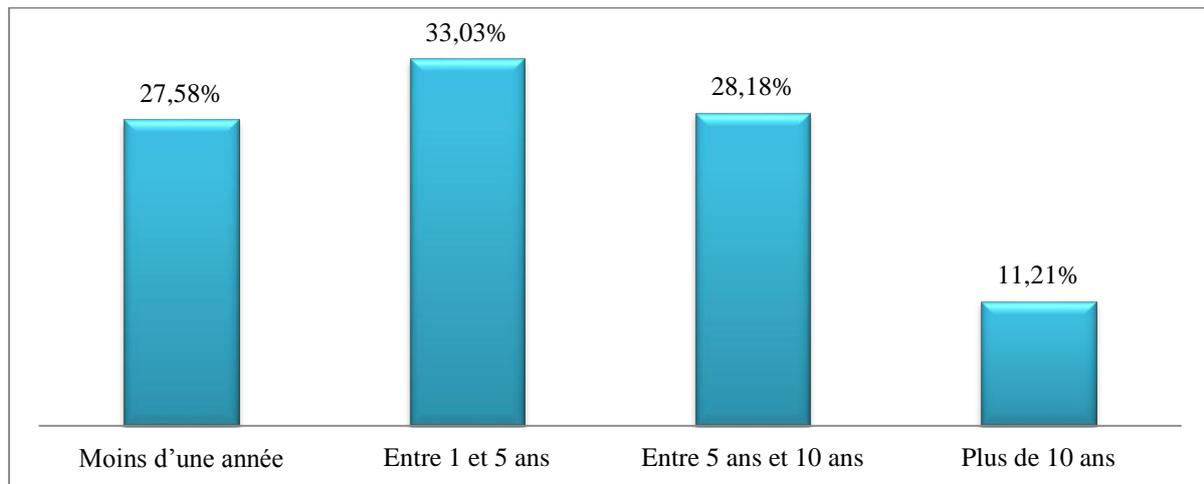
* DUT : Diplôme Universitaire de Technologie

Source : Figure élaborée par l'étudiante

Le pourcentage total des effectifs, en ce qui concerne la répartition des entrepreneurs par diplôme est égal à 113,64%, largement supérieur à 100%, ce qui prouve que 13,64% des jeunes entrepreneurs adhérents au JIL FCE ont plus d'un diplôme. Par ailleurs, les diplômes les plus récurrents sont le Master, avec un taux de 40,30% et la Licence avec un taux de 30,61%.

La figure suivante nous montre la répartition des entrepreneurs par tranche d'année d'expérience professionnelle.

Figure n° 12 : La répartition des entrepreneurs par tranche d'année d'expérience professionnelle

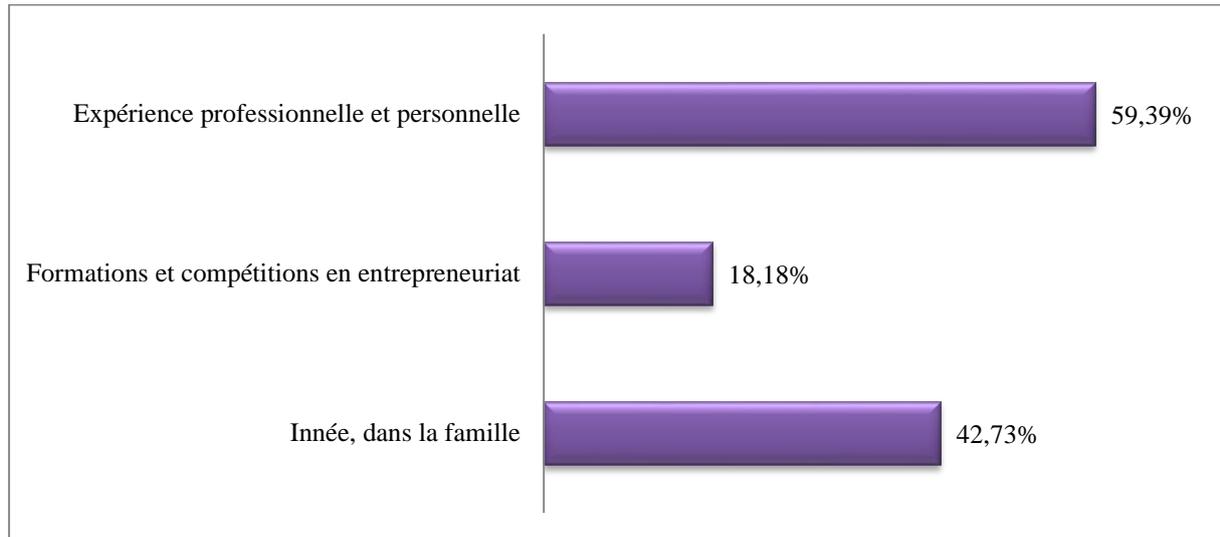


Source : Figure élaborée par l'étudiante

Selon le Schéma ci-dessous, 33,03% des entrepreneurs ont une expérience professionnelle entre 1 an et 5 ans avant la création de leur entreprise. Par ailleurs, 39,39% des entrepreneurs, au total, ont une expérience professionnelle antérieure à la création de leur entreprise supérieure à 5 ans.

D'après la revue de la littérature, précisément à la fin du deuxième chapitre, nous avons conclu que même si l'esprit d'entreprise, peut être inné chez les entrepreneurs, la plus part des auteurs s'accorde à dire que l'individu développe l'esprit d'entreprendre à la suite de plusieurs facteurs issu de son environnement. Ce qui nous a permis d'affirmer la deuxième hypothèse de l'étude, d'une manière qualitative. A ce titre, nous avons choisi de tester cette hypothèse d'une manière quantitative. Dans ce contexte, nous avons demandé aux entrepreneurs les modalités avec laquelle ils ont développés leur esprit d'entreprendre. Les résultats sont présentés dans la figure suivant :

Figure n° 13 : Les modalités de développement de l'esprit d'entreprendre chez les entrepreneurs



Source : Figure élaborée par l'étudiante

Afin d'avoir des réponses fidèles à la réalité, nous avons mis cette question avec un format en choix multiples. De ce fait, nous avons obtenu 120,30% réponses, réparties selon le schéma ci-avant, qui fait ressortir la modalité de l'expérience professionnelle et personnelle, comme étant la modalité la plus dominante, avec un taux de 59,39%. Pour confirmer la validité de cette modalité, nous avons effectué le test de Khi2, sur les pourcentages, avec un seuil de signification $\alpha = 5\%$, selon l'hypothèse H0 suivante :

H0 : L'entrepreneur a développé son esprit d'entreprise grâce à son expérience personnelle et professionnelle

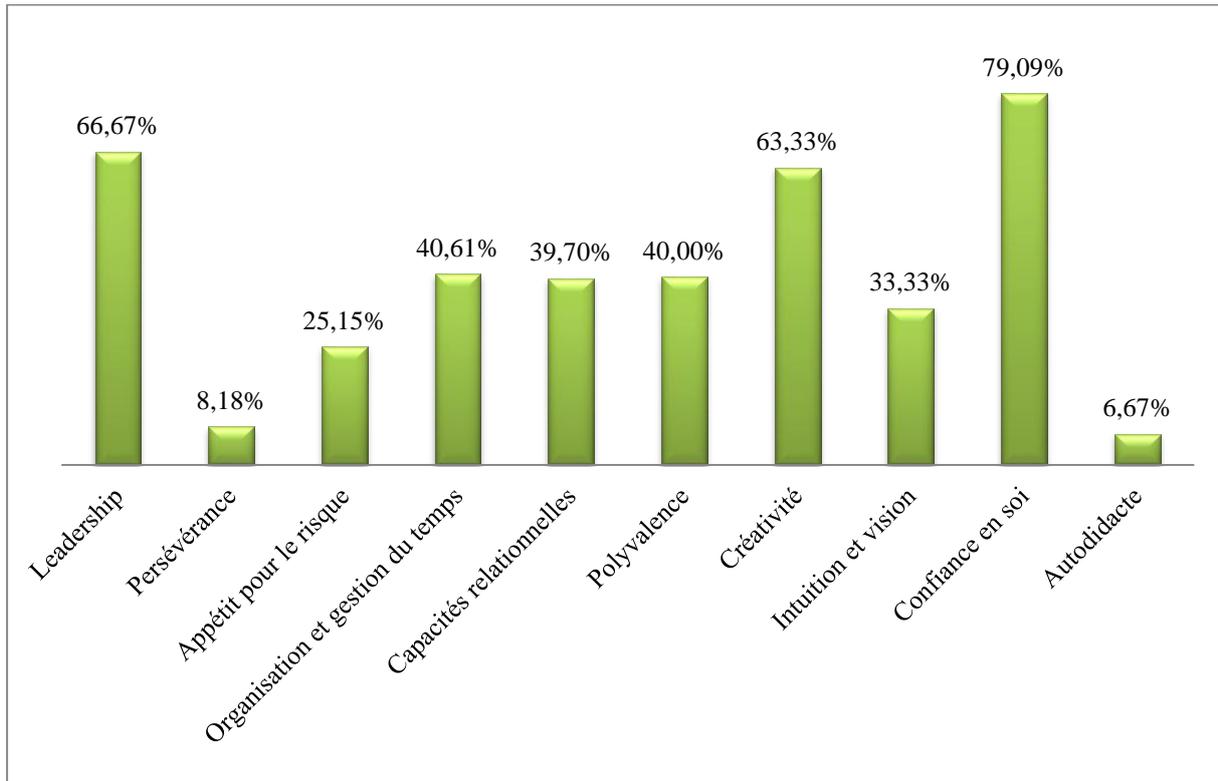
Le calcul de la probabilité $p = 0,0000$. De ce fait, l'hypothèse H0 est acceptée, puisque le coefficient de probabilité $p < 0,05$.

A la suite de ce test quantitative, nous pouvons affirmer la deuxième hypothèse de l'étude. En effet, l'individu développe un comportement entrepreneurial à travers l'influence de plusieurs facteurs issus de son environnement, plus spécialement, grâce à son expérience professionnelle et personnelle.

Pour mettre en relief les caractéristiques psychologiques des entrepreneurs interrogés, nous leur avons demandé de choisir cinq caractères qui les représentent le plus parmi une liste préétablie. Les résultats sont synthétisés dans la figure suivante :

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

Figure n° 14 : Les cinq caractéristiques psychologiques les plus représentatives pour les entrepreneurs



Source : Figure élaborée par l'étudiante

D'après les résultats ci-dessous, les cinq caractéristiques les plus représentatives, par ordre décroissant, sont la confiance en soi, avec un taux de 79,09%, le leadership avec un taux de 66,67%, la créativité avec un taux de 63,33%, l'organisation et la gestion du temps avec un taux de 40,61%, enfin la polyvalence avec un taux de 40,00%.

Nous avons effectué le test de Khi2, sur les 10 pourcentages, pour confirmer la fiabilité des cinq caractéristiques, avec un seuil de signification $\alpha = 5\%$. Le premier test de Khi2 concerne la caractéristique « Confiance en soi », dont le pourcentage est le plus important, selon l'hypothèse H0 suivante, avec un degré de liberté égal à 9 :

H0 : La première caractéristique de l'entrepreneur est la Confiance en soi

Le calcul de la probabilité $p = 0,0000$. De ce fait, l'hypothèse H0 est acceptée, puisque le coefficient de probabilité $p < 0,05$.

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

Le deuxième test de Khi2 concerne la caractéristique « Leadership », appliqué sur les 9 pourcentages restant, après avoir éliminé la première caractéristique. De ce fait, le test Khi2 est effectué avec un degré de liberté égal à 8, selon l'hypothèse H0 suivante :

H0 : La deuxième caractéristique de l'entrepreneur est le Leadership

Le calcul de la probabilité $\rho = 0,0000$. De ce fait, l'hypothèse H0 est acceptée, puisque le coefficient de probabilité $\rho < 0,05$.

Le troisième test de Khi2 concerne la caractéristique « Créativité », appliqué sur les 8 pourcentages restant, après avoir éliminé les deux premières caractéristiques. De ce fait, le test Khi2 est effectué avec un degré de liberté égal à 7, selon l'hypothèse H0 suivante :

H0 : La troisième caractéristique de l'entrepreneur est la Créativité

Le calcul de la probabilité $\rho = 0,0000$. De ce fait, l'hypothèse H0 est acceptée, puisque le coefficient de probabilité $\rho < 0,05$.

Le quatrième test de Khi2 concerne la caractéristique « Organisation et Gestion du temps », appliqué sur les 7 pourcentages restant, après avoir éliminé les trois premières caractéristiques. De ce fait, le test Khi2 est effectué avec un degré de liberté égal à 6, selon l'hypothèse H0 suivante :

H0 : La quatrième caractéristique de l'entrepreneur est l'Organisation et la Gestion du temps

Le calcul de la probabilité $\rho = 0,0000$. De ce fait, l'hypothèse H0 est acceptée, puisque le coefficient de probabilité $\rho < 0,05$.

Le cinquième test de Khi2 concerne la caractéristique « Polyvalence », appliqué sur les 6 pourcentages restant, après avoir éliminé les quatre premières caractéristiques. De ce fait, le test Khi2 est effectué avec un degré de liberté égal à 5, selon l'hypothèse H0 suivante :

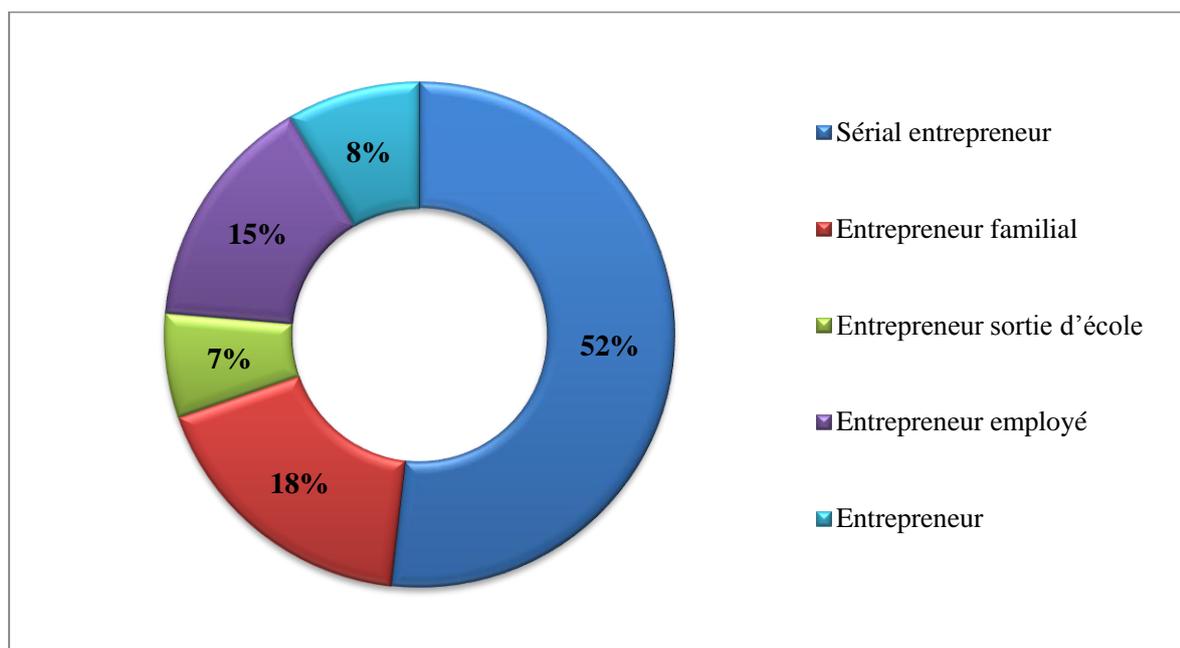
H0 : La cinquième caractéristique de l'entrepreneur est la Polyvalence

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

Le calcul de la probabilité $p = 0,0000$. De ce fait, l'hypothèse H_0 est acceptée, puisque le coefficient de probabilité $p < 0,05$.

Les entrepreneurs interrogés sont à 52% des « Sériel entrepreneur », c'est-à-dire des entrepreneurs qui créent des entreprises en séries.

Figure n° 15 : Le profil des entrepreneurs



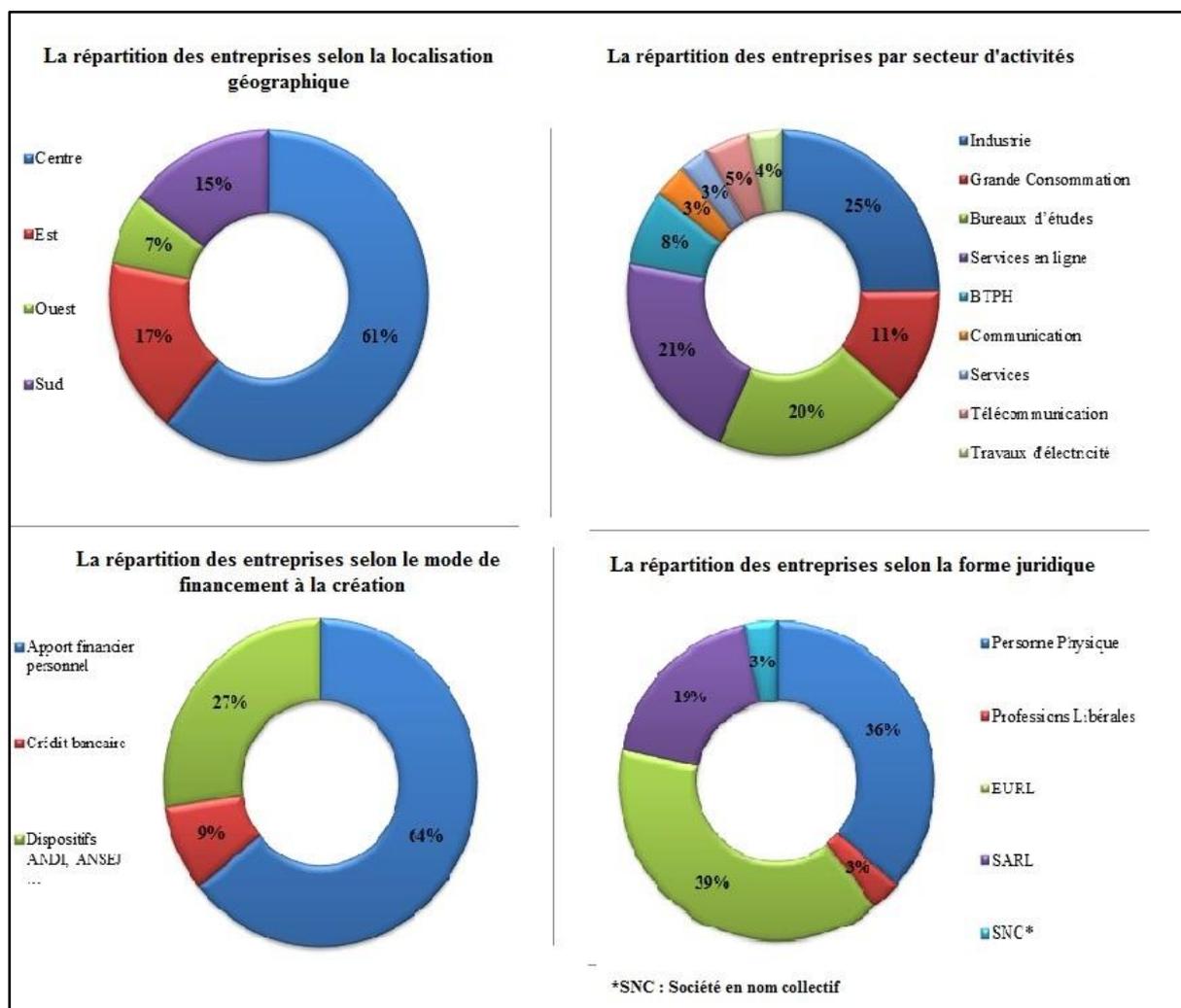
Source : Figure élaborée par l'étudiante

Les entrepreneurs avec un profil de « Sériel entrepreneur » créent entre 2 et 4 entreprises, dans le même secteur d'activité que l'entreprise initiale, avec un objectif principal de diversification du portefeuille des revenus.

5.3.2.2. Les caractéristiques des entreprises : Les caractéristiques des entreprises objet de l'étude sont présentées, notamment, selon le secteur d'activité, la forme juridique, la localisation géographique sur le territoire national.

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

Figure n° 16 : La répartition des entreprises selon le secteur d'activité, la localisation géographique, la forme juridique et le mode de financement à la création



Source : Figure élaborée par l'étudiante

Les secteurs d'activité les plus dominants des entreprises présentes dans notre échantillon d'étude sont : l'industrie, la grande consommation, les bureaux d'étude et les services en ligne. Par ailleurs, la localisation géographique la plus dominante est le centre du pays avec un taux de 61%.

Les formes juridiques des entreprises sont comme suit : Personnes Physique, avec un taux de 36%, l'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL), avec un taux de 39%, la société à responsabilité limitée (SARL) avec un taux de 19%, la profession libérale et la société en nom collectif (SNC) avec un taux de 3% chacune.

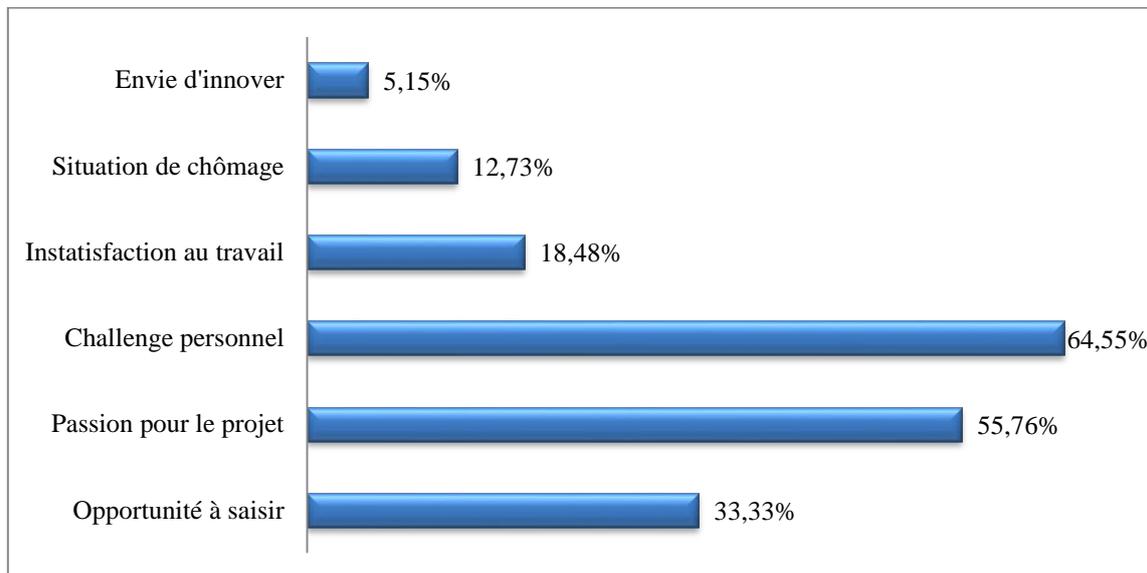
Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

En outre, selon les résultats de l'étude, 38,79% des entreprises en question enregistrent un chiffre d'affaires de plus de 10 millions de DA par an et prévoit un taux de croissance de plus +6% par an. A ce titre, 51,82% des entrepreneurs comptent céder une partie de leur capital à un investisseur pour leurs perspectives de développement. Par ailleurs, 59,70% des entreprises emploient entre 1 à 6 personnes et prévoit de recruter entre 5 et 20 personnes d'ici les cinq prochaines années.

5.3.2.3. Les motivations de l'entrepreneur pour la création de l'entreprise :

Selon les résultats de l'étude, 87,88%, l'idée de création de l'entreprise revient à l'entrepreneur lui-même. Par ailleurs, pour 69,70% des entrepreneurs, les principales personnes qui les ont encouragés pour le lancement de leur projet sont relatives à leur entourage proche. En outre, les plus importantes raisons de motivations de l'entrepreneur pour la création de son entreprise sont présentées dans la figure et l'analyse suivante :

Figure n° 17 : Les plus importantes raisons de motivations de l'entrepreneur pour la création de son entreprise



Source : Figure élaborée par l'étudiante

Nous avons effectué le test Khi2, avec un seuil de signification $\alpha = 5\%$, pour confirmer la fiabilité du pourcentage de 64,55% pour la modalité « Challenge Personnel ». A ce titre nous avons établie l'hypothèse H0 suivante :

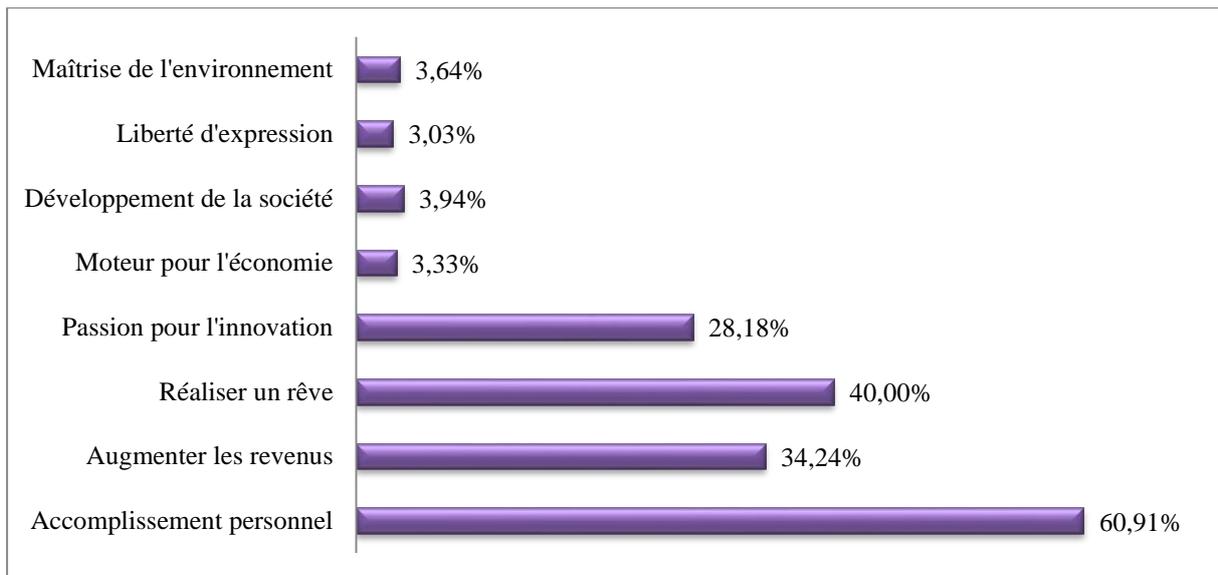
H0 : La principale motivation qui a poussé l'entrepreneur à créer son entreprise est relative à un challenge personnel

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

Le calcul de la probabilité $\rho = 0,0000$. De ce fait, l'hypothèse H_0 est acceptée, puisque le coefficient de probabilité $\rho < 0,05$.

L'analyse suivante met en relief l'importance que présente l'entrepreneuriat dans la vie de l'entrepreneur, nous avons synthétisé les pourcentages des réponses dans la figure suivante :

Figure n° 18 : L'importance de l'entrepreneuriat pour l'entrepreneur



Source : Figure élaborée par l'étudiante

Nous avons effectué le test χ^2 , avec un seuil de signification $\alpha = 5\%$, pour confirmer la fiabilité du pourcentage de 6,91% pour la modalité « Accomplissement Personnel ». A ce titre nous avons établie l'hypothèse H_0 suivante :

H_0 : L'entrepreneuriat est un accomplissement personnel

Le calcul de la probabilité $\rho = 0,0000$. De ce fait, l'hypothèse H_0 est acceptée, puisque le coefficient de probabilité $\rho < 0,05$.

Le fait que l'entrepreneuriat présente un accomplissement personnel pour l'entrepreneur, ceci présente une autre source de motivation pour l'aboutissement à la création d'entreprise. En effet, selon la pyramide de Maslow pour les besoins des êtres humains, l'accomplissement personnel présente l'objectif ultime que chaque être humain aspire à atteindre.

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

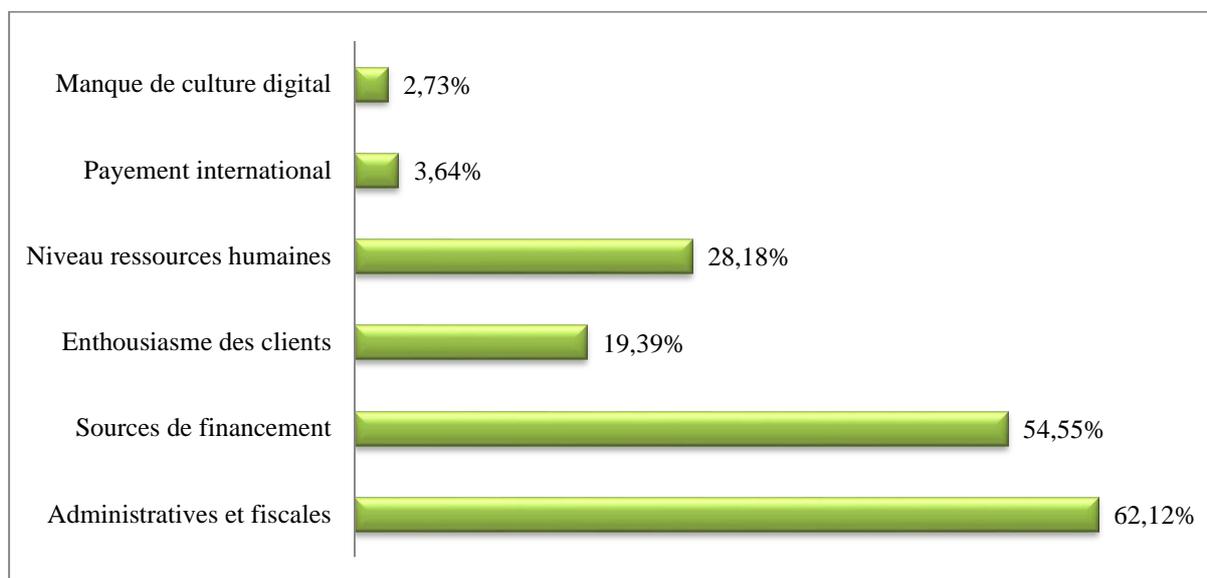
A ce titre, puisque les principales motivations des entrepreneurs pour la création de leur entreprise sont liées à un challenge et un accomplissement personnel, nous pouvons infirmer notre troisième hypothèse de l'étude, énoncée comme suit : « *Les facteurs de motivations à la création d'entreprise en Algérie sont tributaires à des situations de chômage reliés à l'existence d'opportunités d'affaire* ».

5.3.2.4. Les contraintes et les freins à la création de l'entreprise :

Dans cette partie nous testons la validité de notre quatrième hypothèse avancée au début de l'étude, qui est articulée de la manière suivante : « *Les principales contraintes de la création d'entreprise en Algérie sont relatives à des lourdeurs administratives et un manque des sources de financement* ».

Dans un premier temps, nous avons demandé aux entrepreneurs de nous indiquer les principales déceptions qu'ils ont rencontrées depuis le début de la création de leur entreprise. Leurs réponses sont synthétisées dans la figure suivante :

Figure n° 19 : Les principales déceptions depuis la création de l'entreprise



Source : Figure élaborée par l'étudiante

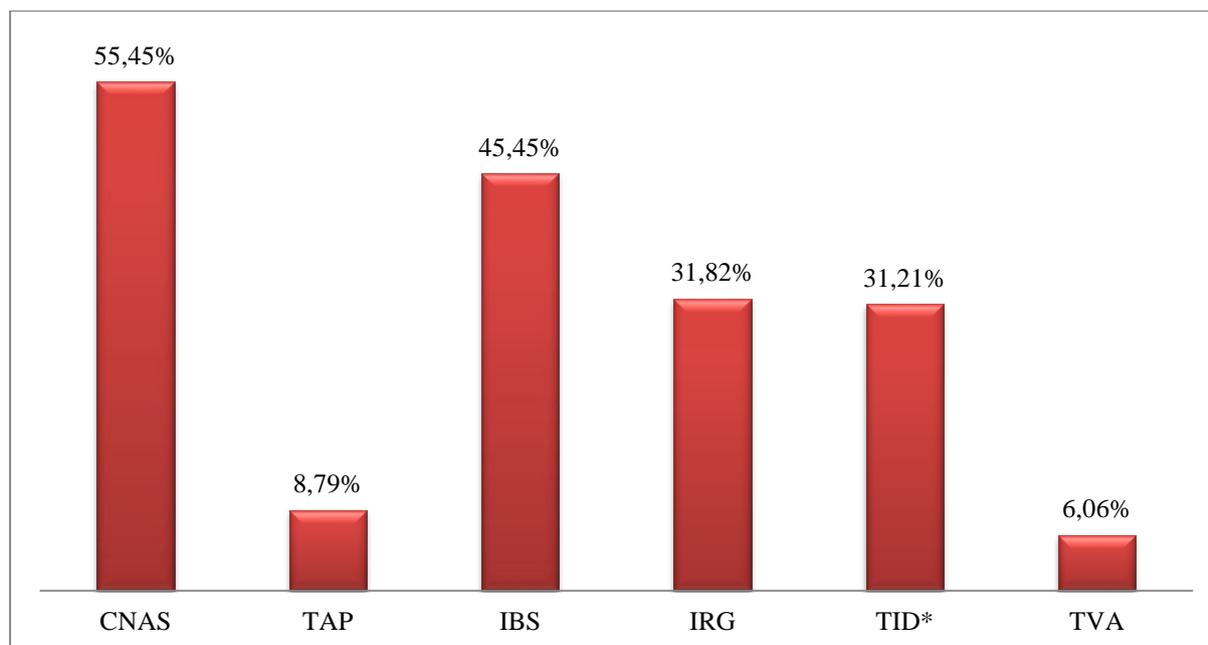
Les trois principales déceptions des entrepreneurs, depuis la création de l'entreprise concerne les lourdeurs administratives, avec un taux de 62,12%, le manque des sources de financement, avec un taux de 54,55%, et le mauvais niveau des ressources humaines, avec un taux de 28,18%. Par ailleurs, le manque d'enthousiasme des clients pour le produit de

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

l'entreprise, les difficultés pour le paiement à l'international, et le manque de culture pour le digital présentent aussi des déceptions pour les entrepreneurs.

Par la suite, nous avons demandées aux entrepreneurs de nous présenter les charges les plus pesantes pour leur commerce. Leurs réponses sont présentées dans la figure suivante :

Figure n°20 : Les charges les plus pénalisantes pour l'entrepreneur



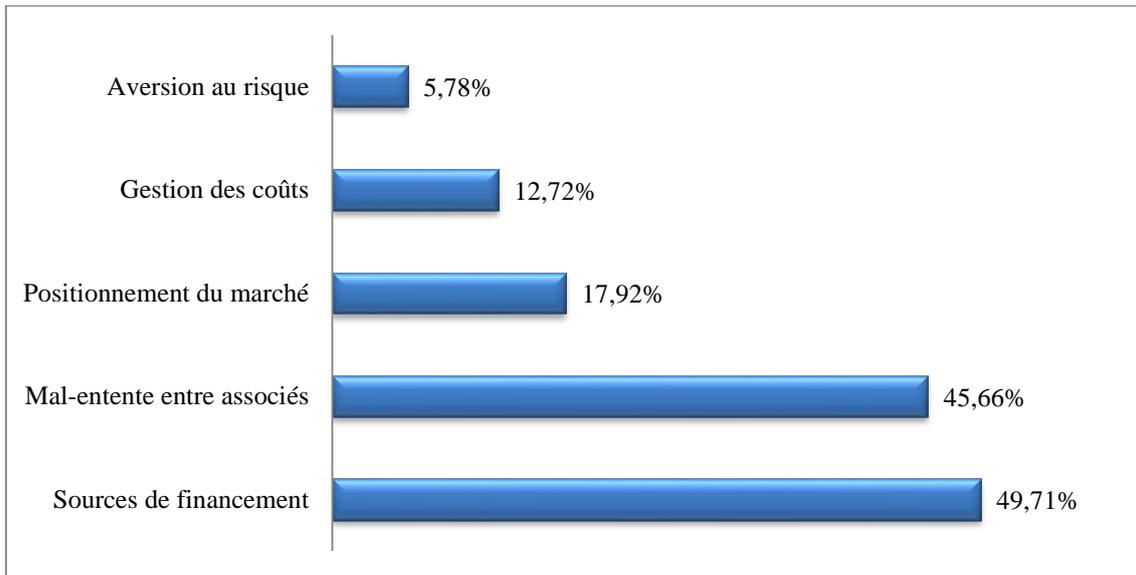
*TID : Taxes d'importation & de dédouanement

Source : Figure élaborée par l'étudiante

Les charges les plus importantes qui pèsent pour l'entrepreneur sont les charges sociales CNAS, l'impôt sur le bénéfice des sociétés (IBS), l'impôt sur le revenu global (IRG), ainsi que les taxes d'importation et de dédouanement.

Par ailleurs, 52,42% des entrepreneurs interrogés ont connus un échec de création d'entreprise. 49,71% d'entre eux déclarent que la principale raison de leur échec est due au manque des sources de financement, pour les 50,39% restant déclarent que leur échec est dû à d'autres raisons, notamment : une mal-entente entre associés, un mauvais positionnement sur le marché et une mauvaise gestion des coûts. Les résultats sont synthétisés dans le schéma suivant :

Figure n° 21 : Les raisons de l'échec de création d'entreprise



Source : Figure élaborée par l'étudiante

A l'issue de cette présente analyse, nous pouvons affirmer notre quatrième hypothèse en la précisant, comme suit : « *les principales contraintes de la création d'entreprise en Algérie sont relatives à des lourdeurs administratives, un manque des sources de financement, qui peut être aussi la principale raison de l'échec de la création d'entreprise, ainsi qu'un mauvais niveau des ressources humaines. Par ailleurs, les autres freins pour les entrepreneurs concernent les charges sociales et l'imposition fiscale qui pèsent sur leur activité de l'entreprise* ».

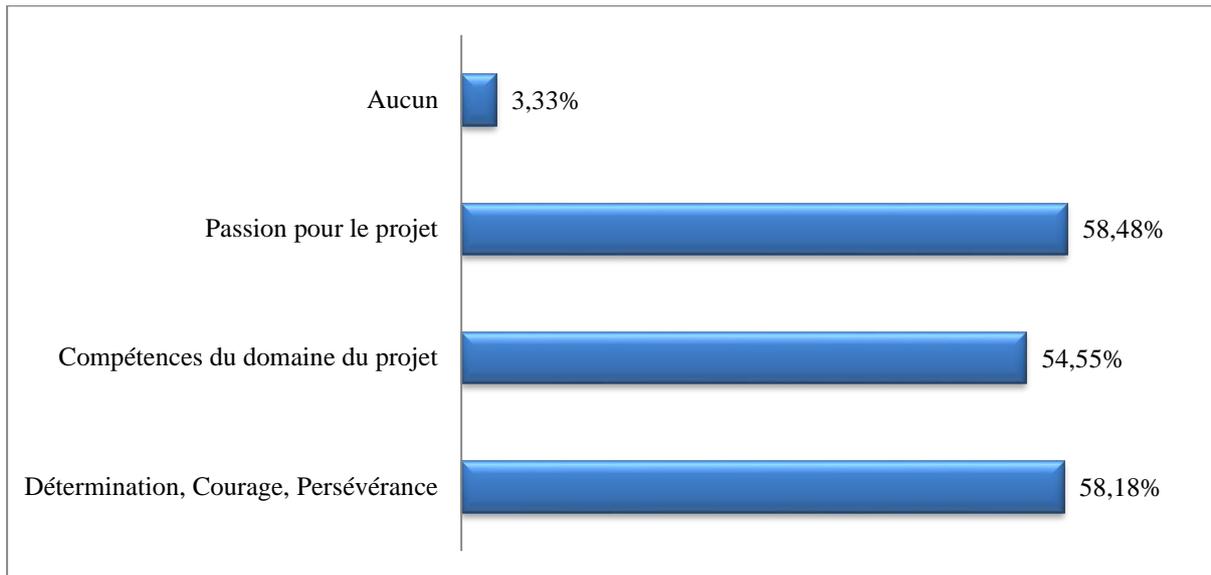
5.3.2.5. Les facteurs clés de succès de la création d'entreprise :

Dans cette présente analyse, nous voulons mettre en relief les principaux facteurs clés de succès des jeunes entrepreneurs adhérents au JIL FCE, pour essayer d'affirmer ou d'infirmer la cinquième et dernière hypothèse de notre étude énoncée comme suit : « *Les facteurs clés de succès d'une création d'entreprise en Algérie sont relatifs à des facteurs intrinsèques et extrinsèques à l'entrepreneur* ».

Dans ce contexte, nous avons demandées aux entrepreneurs de nous présenter les principaux facteurs clés de leur succès et qui sont relatifs à leur personne. La synthèse de leurs réponses est présentée dans la figure suivante :

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

Figure n° 22 : Les principaux facteurs clés de succès intrinsèque à l'entrepreneur

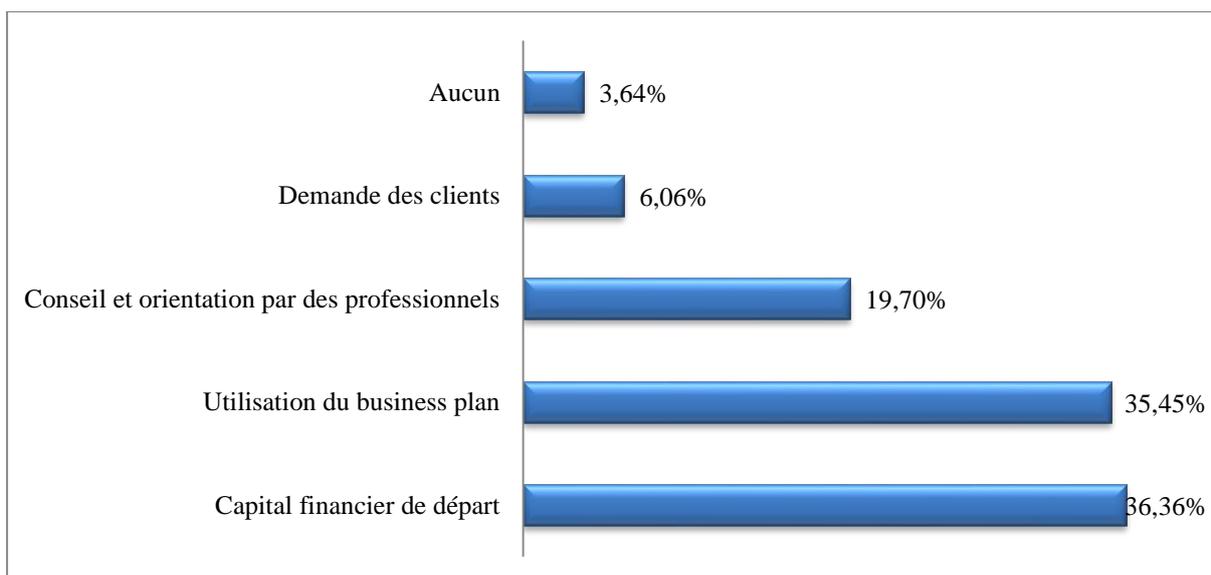


Source : Figure élaborée par l'étudiante

Les facteurs clés de succès intrinsèques, selon les entrepreneurs interrogés sont relatifs à des facteurs psychologiques, tels que la détermination, le courage et la persévérance, des compétences dans le domaine d'activité de l'entreprise, ainsi que la passion pour le projet.

Par la suite, nous avons interrogés les entrepreneurs sur les facteurs clés de leur succès, et qui sont relatifs au projet et son environnement. Leurs réponses sont présentées dans la figure suivante :

Figure n° 23 : Les principaux facteurs clés de succès extrinsèque à l'entrepreneur



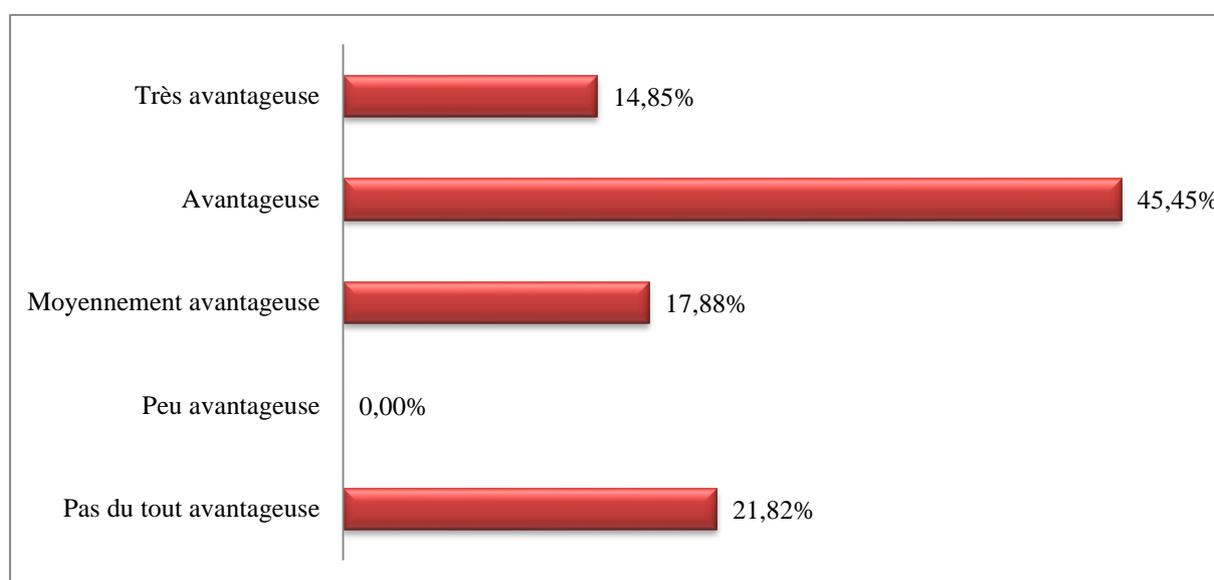
Source : Figure élaborée par l'étudiante

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

Selon les résultats de l'étude, les facteurs clés de succès extrinsèques à l'entrepreneur sont relatifs à la demande des clients, le conseil et l'orientation par des professionnels, l'utilisation du business plan, ainsi que le capital financier de départ.

Enfin, nous avons demandés aux entrepreneurs de nous indiquer si leur formation universitaire et para-universitaire avait une quelconque influence pour le développement de leur esprit d'entreprendre. Les résultats de leur réponse sont présentés dans le schéma suivant :

Figure n° 24 : Le rôle de la formation universitaire et para-universitaire pour le développement de l'esprit d'entreprise



Source : Figure élaborée par l'étudiante

Selon 45,45% des entrepreneurs interrogés, la formation universitaire et para-universitaire a été avantageuse pour le développement de leur esprit d'entreprendre. De ce fait, la formation de ces entrepreneurs est considérée aussi comme un facteur clés de leur succès.

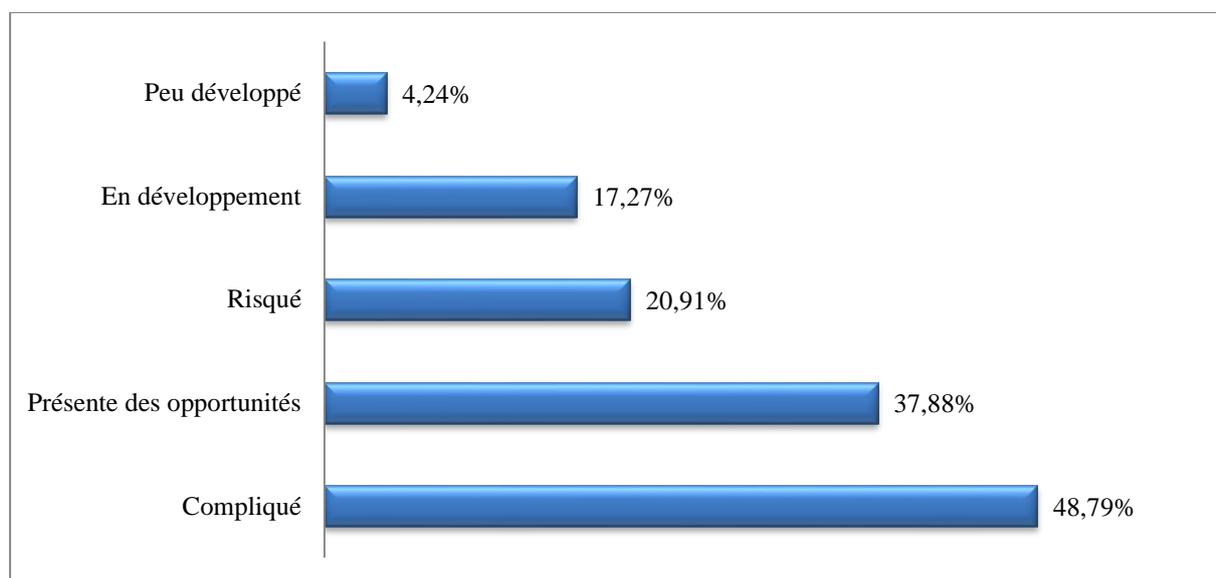
Nous pouvons affirmer notre cinquième hypothèse. En effet, les facteurs clés de succès d'une création d'entreprise en Algérie sont relatifs à des facteurs intrinsèques à l'entrepreneur, notamment des facteurs psychologique, ses compétences dans le domaine de l'activité sa passion pour le projet et des facteurs extrinsèques à l'entrepreneur, notamment : le capital financier de départ, la demande des clients, l'utilisation du business plan, ainsi que le conseil et l'orientation par des professionnels.

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

5.3.3. La synthèse des principaux résultats :

A la suite de notre analyse des données nous sommes arrivées à conclure que les contraintes à la création des entreprises en Algérie sont très importantes, et peuvent freiner le développement de l'entrepreneuriat en Algérie, et parallèlement affecté la croissance économique du pays. Dans ce contexte, et pour arriver à une conclusion empirique nous avons demandé aux entrepreneurs de nous décrire la situation de l'entrepreneuriat en Algérie. Nous présentons leurs réponses dans la figure suivante :

Figure n° 25 : La situation de l'entrepreneuriat en Algérie



Source : Figure élaborée par l'étudiante

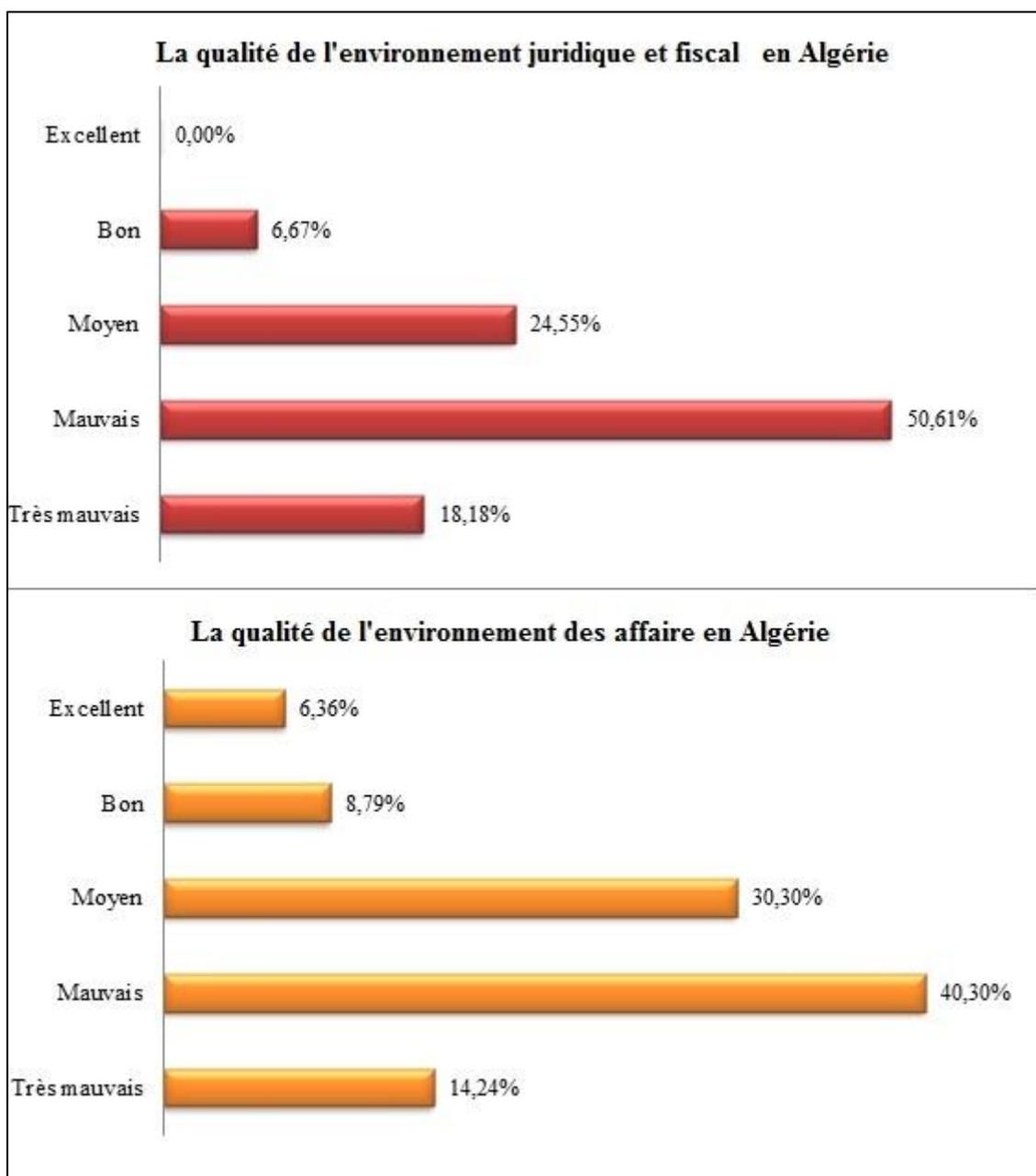
Pour 48,79% des entrepreneurs déclarent que l'entrepreneuriat en Algérie est compliqué, par rapport aux contraintes sur le terrain. Cependant, pour 37,88% des entrepreneurs, affirment que l'entrepreneuriat en Algérie présente beaucoup d'opportunité, puisque plusieurs secteurs restent encore vierge, notamment le secteur des nouvelles technologies de l'information et de la communication ainsi que le secteur du transport aérien.

Par ailleurs, le second résultat le plus frappant de l'étude est présent dans l'importance des charges sociales et des impositions fiscales qui pèsent sur les entreprises nouvellement créées à savoir : les charges sociales CNAS, l'impôt sur le bénéfice des sociétés (IBS), l'impôt sur le revenu global (IRG), les taxes d'importation et de dédouanement, la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) et la taxe sur l'activité professionnelle (TAP).

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

Dans ce contexte, nous avons demandé aux entrepreneurs de nous indiquer la qualité de l'environnement juridique et fiscal, ainsi que l'environnement des affaires en Algérie. Les résultats sont synthétisés dans la figure suivante :

Figure n° 26 : La qualité de l'environnement juridique, fiscal et l'environnement des affaires en Algérie



Source : Figure élaborée par l'étudiante

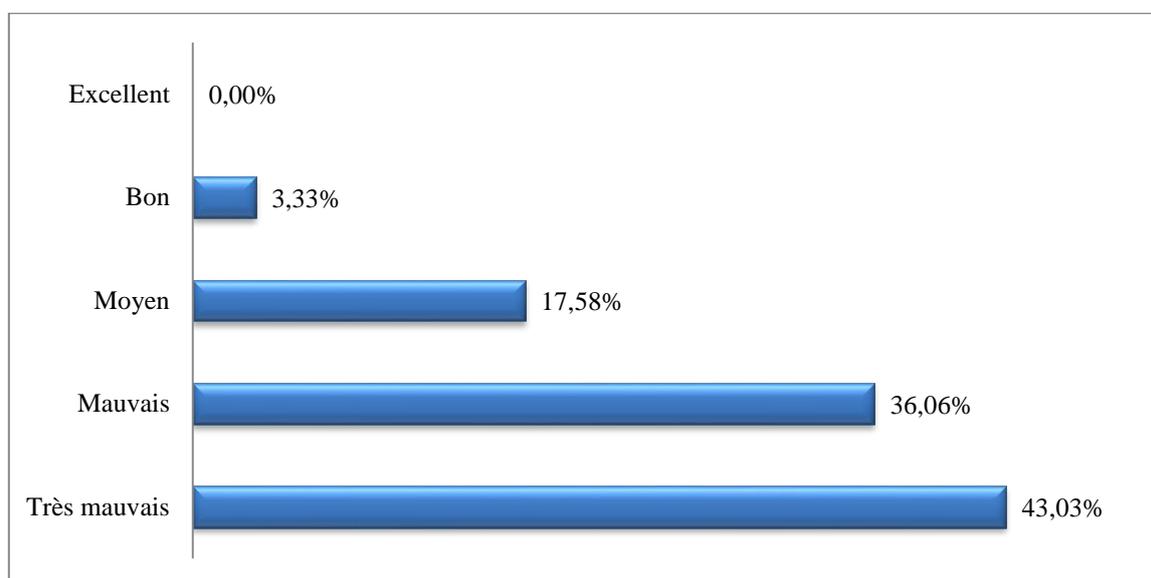
L'environnement des affaires, ainsi que l'environnement juridique et fiscal sont qualifiés de « mauvais » avec, respectivement, un taux de 40,30% et 50,61%.

Chapitre 5 : Le cadre empirique de la recherche

Ce descriptif n'est pas encourageant pour la promotion de l'entrepreneuriat en Algérie. En effet, l'environnement des affaires et l'environnement juridique et fiscal sont les piliers pour encourager les activités entrepreneuriales dans n'importe quel pays du monde.

Enfin, le troisième résultat le plus saisissant concerne l'échec de création des entreprises, qui est due au manque des sources de financement. Pour essayer d'appuyer ce résultat, nous avons demandés aux entrepreneurs de nous décrire la qualité pour l'accès au financement pour la création de l'entreprise en Algérie. Nous avons présenté les résultats dans la figure suivante :

Figure n° 27 : L'accès aux sources de financement pour la création d'entreprise en Algérie



Source : Figure élaborée par l'étudiante

Pour 43,03% des entrepreneurs interrogés, l'accès aux sources de financement est décrit comme étant « Très mauvais » en Algérie. De ce fait, les efforts de l'Etat pour faciliter l'accès au financement pour la création d'entreprise depuis des années, ils demeurent insuffisants et inefficaces.

CONCLUSION DU CHAPITRE 5

Malgré les efforts du gouvernement pour encourager et promouvoir l'entrepreneuriat. Ce dernier fait face à des contraintes importantes. En effet, qu'il s'agisse du financement, des compétences ou de la formation, les mesures mises en place par l'Etat ont du mal à enregistrer les résultats positifs attendus.

Les raisons ayant conduit à cette situation sont nombreuses. D'abord, l'Etat qui peine à mettre en place des mesures efficaces pour soutenir les initiatives entrepreneuriales et leurs financements. Aussi, les entrepreneurs, qui manquent de formation dans des domaines élémentaires, comme la comptabilité ou la gestion, et qui éprouvent des difficultés à garantir la pérennité pour leurs entreprises. Enfin, le déficit de la culture entrepreneuriale en Algérie.

Par ailleurs, à l'issue de ce chapitre nous avons pu relever quelques caractéristiques de l'entrepreneur algérien, ainsi que des contraintes et des facteurs clés de succès du projet entrepreneurial en Algérie. Tout d'abord, l'entrepreneur algérien est jeune et diplômé, attirer par l'entrepreneuriat pour des motivations de challenge et d'accomplissement personnel. Les principales contraintes auxquelles il fait face pour la création de son entreprise sont relatifs au déficit des sources de financements, la lourdeur des impositions fiscales, ainsi que le mauvais niveau des ressources humaines.

Cependant, ces contraintes ne l'empêchent pas de réaliser ces objectifs de création et de développement d'entreprise. En effet, grâce à des facteurs clés de succès comme la détermination, le courage, la persévérance, la compétence, le conseil et l'orientation, ainsi que le capital financier, l'entrepreneur algérien, réussie avec, plus au moins des difficultés, à imposer son entreprise au niveau national.

**CONCLUSION
GENERALE**

CONCLUSION GENERALE

L'objet de la présente étude est d'établir une synthèse empirique sur les facteurs clés de succès des jeunes entrepreneurs algériens adhérents au Forum des Chefs d'Entreprise. Ce travail nous a permis de mettre en relief les principales caractéristiques des jeunes entrepreneurs algériens adhérents au Forum des Chefs d'entreprise, précisément sa section JIL FCE, aussi de connaître leurs principales motivations quant à la création de leur entreprise. Par ailleurs, nous avons établi une liste non exhaustive des principales contraintes et freins que rencontrent ces entrepreneurs dans leur parcours de création d'entreprise.

Pour réaliser notre travail de recherche nous avons structuré notre travail en cinq chapitres, en adoptant une méthodologie descriptive analytique avec une démarche hypothético-déductive, et en utilisant un ensemble d'outils pour le traitement statistique exploités à l'aide du logiciel Epi Info.

Dans les trois premiers chapitre nous avons développés les aspects ayant traits au concept de l'entrepreneuriat, notamment les définitions de l'entrepreneuriat, les aspects liés à l'entrepreneur, entre autre les approches de l'entrepreneur et ses typologies. Enfin, les aspects relatifs au projet entrepreneurial, plus précisément les facteurs clés de succès du projet entrepreneurial.

Le quatrième chapitre était dédié à une odysée sur l'entrepreneuriat en Algérie, ainsi qu'une présentation du FCE et le JIL'FCE. Enfin, le dernier chapitre présentait les étapes de notre étude sur les facteurs clés de succès des jeunes entrepreneurs adhérents au Forum des Chefs d'Entreprise.

L'aspect théoriques de la recherche s'insère dans les fondements de base du concept de l'entrepreneuriat, qui englobe notamment les définitions de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur, les écoles entrepreneuriales, les approches et les caractéristiques de l'entrepreneur et les facteurs clés de succès du projet entrepreneurial. A l'issue cette partie, nous avons établi une synthèse des principaux résultats, comme suit :

- ✓ L'entrepreneuriat est un concept large et complexe, qui peut être présentée à travers l'acte « d'entreprendre » ou à travers l'acteur « l'entrepreneur ».
- ✓ L'entrepreneuriat est un phénomène en développement, qui se présente comme un axe de pratique, un axe de recherche et un axe d'enseignement.

CONCLUSION GENERALE

- ✓ L'entrepreneuriat peut être définie comme un phénomène économique, qui s'inscrit dans une dynamique d'innovation et de prise de risque, à travers lesquelles l'individu, l'entrepreneur, structure des activités et engage des ressources pour créer de la richesse.
- ✓ L'entrepreneur est un personnage aux multiples facettes. En effet, il est considéré comme innovateur, coordinateur, opportunistes, manager, créatif, etc.
- ✓ Les facteurs clés de succès du projet entrepreneurial sont des éléments liés à l'individu créateur, des éléments liés au projet, des éléments liés à la méthode suivie, des éléments liés à l'environnement.
- ✓ L'entrepreneuriat en Algérie présente des freins affectant la création et le développement des entreprises, notamment les lourdeurs administratives et le manque des sources de financement.

La recherche empirique de notre travail s'insère dans le cadre de trois études. La première est une étude exploratoire documentaire, la deuxième est une étude qualitative, basée sur un guide d'entretien et la dernière étude est quantitative, en utilisant les techniques statistiques.

L'entreprise objet de l'étude est définie comme suit : « ***Toute entreprise adhérente au Forum des Chefs d'Entreprise installée en Algérie, dans tout secteur d'activité, avec un minimum une année d'existence*** ». Les principaux résultats de l'étude sont synthétisés dans les points suivants :

- ✓ Plus de la moitié des entrepreneurs interrogés sont des hommes, âgés pour la plus part entre 35 ans et 40 ans, ayant plusieurs diplômes à la fois, avec une large expérience professionnelle.
- ✓ La principale motivation de ces entrepreneurs est pour la plus part relative à un accomplissement personnel.

CONCLUSION GENERALE

- ✓ Les contraintes et les freins à la création des entreprises en Algérie sont liées à des lourdeurs administratives, un manque des sources de financement, un mauvais niveau des ressources humaines et un manque d'enthousiasme des clients pour le produit de l'entreprise..
- ✓ Les charges les plus importantes qui pèsent pour l'entrepreneur sont relatives à des charges sociales et des impositions fiscales, notamment les charges sociales CNAS, l'impôt sur le bénéfice des sociétés (IBS), l'impôt sur le revenu global (IRG), les taxes d'importation et de dédouanement.
- ✓ La principale raison de l'échec de création des entreprises est due au manque des sources de financement. La seconde raison concerne la mal-entente entre les associés, ensuite le mauvais positionnement du marché, enfin la mauvaise gestion des coûts
- ✓ Les facteurs clés de succès de l'entrepreneuriat se relatives à des éléments intrinsèques à l'entrepreneur, tels que la détermination, le courage, la persévérance, les compétences dans le domaine d'activité de l'entreprise, ainsi que la passion pour le projet. Et des éléments extrinsèques à l'entrepreneur, comme la demande des clients, le conseil et l'orientation par des professionnels, la formation de l'entrepreneur et son expérience professionnelle, l'utilisation du business plan, ainsi que le capital financier de départ.

La principale difficulté que nous avons rencontrée concerne le taux de réponse sur le questionnaire. En effet, nous avons établis un questionnaire en ligne, que nous avons publié par mailing et sur une trentaine de page Facebook, avec un nombre d'adhésion très important. Au bout de deux mois, après la publication du questionnaire en ligne, nous avons reçues en moyenne, une réponse par jour.

A l'issue de notre étude, nous avons relevé des faiblesses concernant l'écosystème de l'entrepreneuriat en Algérie. A ce titre, nous formulons les recommandations suivantes :

CONCLUSION GENERALE

- ✓ La création de centres spécialisés pour la facilitation des procédures de création et de démarrage des entreprises pour le développement des PME et TPE, comme le cas de la Tunisie, à travers l'Agence de la Promotion de l'Industrie, certifiée ISO 9002¹, qui facilite l'enregistrement des affaires et des start-up manufacturières en particulier.
- ✓ La mise en place d'un programme national qui a pour objectif le suivi longitudinal des PME/TPE, pour leur donner la chance de grandir, surtout pour les entreprises dites « gazelles » à forte croissance, qui deviendront dans quelques années de grands groupes.
- ✓ Le renforcement de la capacité de financement des entreprises par la création d'une banque spécialisée dans le financement des jeunes entrepreneurs, qui a pour vocation d'accompagner le développement des entreprises, en leur facilitant l'accès aux financements tout au long de leurs étapes de croissance.
- ✓ La modernisation du système bancaire, en développant des instruments adaptés aux besoins spécifiques des petits entrepreneurs, et le développement du financement par le capital-risque.
- ✓ La réforme de l'administration publique, en adaptant leurs fonctionnements aux exigences de l'économie de marché et en réduisant les degrés de la bureaucratie.
- ✓ La mise en place d'un système national de collecte, d'analyse et de diffusion d'informations économiques et financières.
- ✓ La mise en place de nouveaux dispositifs d'aide et de promotion des PME- High Tech, orientées vers l'innovation et les technologies de l'information.
- ✓ La création des organismes d'appui et d'accompagnement pour le développement international des entreprises algériennes.

Notre étude présente plusieurs limites que nous avons résumées dans ce qui suit :

¹Karim SI LEKHAL, Youcef KORICHI, Ali GABOUSSA, « Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspectives », Revue des entreprises algériennes, N°4, 2013, p : 41-47

CONCLUSION GENERALE

- ✓ Tout d'abord, le concept de l'entrepreneuriat est large et complexe, nous avons centré nos recherches dans le domaine de la « création d'entreprise ».
- ✓ Les jeunes entrepreneurs algériens, objet de notre travail de recherche, sont localisés sur tout le territoire national, cependant ils sont tous adhérents au Forum des Chefs d'Entreprise, donc les résultats de notre étude ne peuvent être extrapolés sur tous les jeunes entrepreneurs algériens.
- ✓ Les entreprises ciblées sont nouvellement créées, qui ont au maximum dix ans d'existence.

A l'issue de cette étude, nous proposons les perspectives de recherches suivant :

- ✚ La pédagogie efficiente pour l'enseignement de l'entrepreneuriat.
- ✚ Les enjeux de mise en œuvre de l'entrepreneuriat vert.
- ✚ Le rôle des incubateurs pour la promotion de l'entrepreneuriat en Algérie.
- ✚ Les perspectives de développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

BIBLIOGRAPHIE

BIBLIOGRAPHIE

1. Les livres :

- Baron R A, Shane S, « Entrepreneurship: a process perspective », South-Western, Mason, 2004.
- Baron R A, « Entrepreneurship: A process perspective », Lawrence Erlbaum associates, London, 2007.
- Belley A, « Les milieux incubateurs de l'entrepreneurship », Fondation de l'entrepreneurship, 2^{ème} Edition Québec, Canada, 1990.
- Brochhaus R H, (1992), «Entrepreneurship Education: A research Agenda», 1992, cité chez Fayolle A, « L'enseignement de l'entrepreneuriat à l'université: enjeux, légitimité et pédagogies », Edition Wassim Aloulou, Tunis, 2007.
- Bygrave D, «The entrepreneurship paradigm (II) :chaos and catastrophes among quantum jumps ? », Entrepreneurship Theory and Practice, 1989b.
- Cantillon R, « Essai sur la nature du commerce en général », Institut national d'économie démographiques, Paris, 1997, réimpression de l'édition de 1952, fondée sur le texte original de 1755.
- Coster M, « Entrepreneuriat », Edition Pearson Education, Paris, 2011.
- Degeorge J M, Hounounou A et Autres, « 100 Fiches sur l'entrepreneuriat », Edition Bréal, Paris, 2010
- Drucker P, « Les entrepreneurs », Editions Lattés, Paris, 1985.
- Fayolle A, « L'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités françaises : analyse de l'existant et propositions pour en faciliter le développement », Editions d'Organisation, France, 1999.
- Fayolle A, « Introduction à l'entrepreneuriat », Editions Dunod, Paris, 2005.
- Fayolle A, Fillion J L, « Devenir entrepreneur: Des enjeux aux outils», Pearson Education France, Paris, 2006.
- Fayolle A et Degeorge J M, « Dynamique entrepreneuriale : le comportement de l'entrepreneur », Edition de Boeck, 1^{er} Edition, Mai 2012, Paris.
- Fillion J L, Ananou C, Schmitt C, « Réussir sa création d'entreprise sans business plan », Edition Eyrolles, Paris, Octobre 2012.

- Gartner W B, 1985, « A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation », Academy of management review, Vol.10, N° 4, 1985.
- Hernandez E M, « Le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique de l'entrepreneuriat », Editions Harmattan, 1999, Paris, France.
- Hernandez E M, « L'entrepreneuriat : Approche théorique », Editions Harmattan, France, 2001.
- Julien P, Marchesnay M, « L'entrepreneuriat », Editions Economica, Paris, 1996.
- Julien P, Marchesnay M, « Economie et stratégie industrielle », Edition Economica, Paris, 1997.
- Julien P A, « Les PME bilan et perspectives », Edition Economica, 2^{ème} édition, Paris, 1997.
- Kirzner I, « Perception, Opportunity and Profit : Studies in The Theory of Entrepreneurship », University of Chicago Press, Chicago, 1979.
- Leibenstein H, «Entrepreneurship and development», American Economic Review, vol. 58, n° 2, 1968.
- Lesaget M, « Le manager intuitif : une nouvelle force », Dunod, Paris, 1992.
- Leyronos C, Sammut S, « Le réseau d'aide à la création et au démarrage d'entreprise », Editions Management et Société, 2001.
- McClelland D C, « Achievement and entrepreneurship: A longitudinal study», Journal of Personality and Social Psychology, vol. 1, 1965.
- Miles et Snow, « Organizational Strategy Structure and Process », McGraw Hill, London, 1978.
- Muzyka F D, Churchill C N, « Cultiver l'esprit d'entreprendre », in :SUE BIRLEY, DANIEL MUZYKA, (sous la direction), « L'art d'entreprendre : guide de la création d'entreprise », Village Mondial, Paris, 1998.
- Penrose E, «The theory of growth of the firm», 1ère Edition, Oxford University Press, New York, 1959.
- Perroux F, « La pensée économique de Joseph Schumpeter : les dynamiques du capitalisme », Librairie Droz, Genève, Paris, 1965.
- Say J B, « Cours complet d'économie politique pratique », 3^{ème} édition, Bruxelles, 1886.
- Schemerhorn et al. « Comportement humain et organization», 2^{ème} édition, Village Mondial, Paris, 2002.

- Schumpeter J, « Théorie de l'évolution économique », Edition Dalloz, Paris, 1935.
- Shane S, «A general theory of entrepreneurship: the individual-opportunity nexus», Edward Elgar Publishing, UK, 2003.
- Shapero A, « The displaced, uncomfortable entrepreneur », *psychologie today*, 1975.
- Shapero A, Sokol L, «The social dimensions of entrepreneurship », *Encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1982.
- Smith A. « The Entrepreneur and his Firm: The relationship between Type of Man and Type of Company », Bureau of business and economic research, Michigan State University, 1967.
- Smith A, « Recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations », Edition Flammarion, Paris, 1991.
- Thietard A R, « Méthodes de recherche en management », Edition Dunod, 3^{ème} Edition, Paris.
- Verstraete T, « Histoires d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », Editions Management et Société, Paris, 2000.
- Walras L, « Eléments d'économie politique pure ou théorie de la richesse sociale », Paris, 1976.

2. Les revues :

- Benouna C, « Processus d'informalisation de l'économie algérienne et économie de marché : éléments d'une problématique », *Revue de l'université de Tlemcen, Algérie*, 2003.
- Bruyat C, « Contributions épistémologiques au domaine de l'entrepreneuriat », *Revue française de gestion*, n° 101, 1994.
- Bruyat C, « Créer ou ne pas créer : une modélisation du processus d'engagement dans un projet de création d'entreprise », *Revue de l'entrepreneuriat*, Vol 1, N°1, France, 2001.
- Cunningham J B, Lischeron J, « Defining entrepreneurship », *Journal of Small Business Management*, Vol 29, N° 1, Janvier 1991.
- Drucker P, « Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles», New York, 1986, cite chez Ronald J D, «Teaching Entrepreneurship Students to Become Knowledge-Agents for Innovation », *working paper*, International School of management, Paris, n° 64, 2010.

- Fillion L J, « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Revue Internationale P.M.E, vol 10, n° 2, France, 1997.
- Fillion L J, « Sis types de propriétaires dirigeants de PME », Revue organisations et territoires, vol 9, N°1, hiver, Québec, 2000.
- Gartner W B, « What are we Talking About When we Talk About Entrepreneurship? », Journal of business Venturing, vol.5, 1990.
- Gharbi A, « Les PME en Algérie : Etat des lieux », Cahier du Laboratoire de Recherche sur l'Industrie et l'Innovation, Université du Littoral Côte d'Opale, n° 238, Calais, Mars 2011.
- Guechtouli W, Guechtouli M, « L'entrepreneuriat en Algérie : quels enjeux pour quelles réalités ? », Working Paper, IPAG Business School, Paris & Nice, 2014.
- Hernandez E M, « L'Etat et l'entrepreneur en Afrique », Revue Internationale PME, vol 10.
- Isli MA, « La création d'entreprise en Algérie », les cahiers du CREAD, n° 73, Algérie, 2005.
- Laufer J, « Comment on devient entrepreneur », Revue Française de Gestion, Novembre, Paris, 1975.
- Laukannen M, « Exploring Alternative Approaches in High Level Entrepreneurship Education: Creating Micro-Mechanisms for Endogenous Regional Growth », Entrepreneurship and Regional Development, n° 12, 2000.
- Messeghem K, « L'entrepreneuriat d'une pratique à un enseignement », Les cahiers du Management, France, Août 2012.
- Patrice Duny, « SiliconValley : Territoire Créatif », Revue Qu'en savons-nous, n°57, Septembre 2013.
- Sabourin J P, Gasse Y, « Le potentiel entrepreneurial et les intentions de création d'entreprise des élèves et des diplômés de cégep », Revue P.M.O., 1989, vol. 4, n° 1.
- Sammut S, « Comment aider les petites entreprises jeunes », Revue Française de Gestion, N°121, 1998.
- Simon H, « A behavioral model of rational choice », Quaterly Journal of Economics, n°69, Etats-Unis, 1955.
- Stevenson H H, Jarillo C J, « A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management ». Strategic Management Journal, vol. 11, 1990.

- Verstraete T, Fayolle A, « Paradigmes et entrepreneuriat », Revue del'entrepreneuriat, Vol. 4, n° 1, Paris, 2005.
- Verstraete T, «La théorisation dans le domaine de l'entrepreneuriat et ses frontières dans le contexte scientifique français », Université de Bordeaux IV, Revue internationale P.M.E. : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise, Volume 21, N° 2, 2008.

3. Les séminaires et les congrès :

- Assala K, « PME en Algérie : De la création à la mondialisation », 8^{ème} congrès international francophone en entrepreneuriat et PME sous le thème : L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales, Haute Ecole de Gestion (HEG), Fribourg, Suisse, Octobre 2006.
- Boukhari M, « Rôle de l'État vis-à-vis des TPE/PME dans un pays nouvellement adhérent à l'économie de marché : cas de l'Algérie », Colloque international, 11^{ème} journées scientifiques du réseau entrepreneuriat, 2009.
- Elouazzani Ech Chahdi K, Koubaa S, Yassine S, « L'enseignement de l'entrepreneuriat dans l'université », 12^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Agadir, Maroc, Octobre 2014.
- Fayolle A, « Processus entrepreneurial et recherche en entrepreneuriat : les apports d'une approche perceptuelle et empirique du domaine » AIREPME, CIFPME, 5^{ème} congrès international francophone sur la PME, 25, 26 et 27 octobre 2000, Lille.
- Godfroid T, « Préparer et conduire un entretien semi-directif », Séminaire organisé par Joëlle Kivits et Laurence Guignard, France, Mai 2012.
- Melbouci L, « L'essor des PME algérienne par la théorie des ressources, 7^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, CIFEPME, 2004.
- Ramdane M O, « L'Algérie sur le chemin des réformes », Communication des Chefs d'Entreprise : Le développement du Secteur Privé, Palais du Sénat, Paris, Octobre 2001.
- Tounes A, Assala K, « Influences culturelles sur des comportements managériaux d'entrepreneurs algériens », 5^{ème} Congrès international de l'Académie de l'entrepreneuriat, Sherbrooke, 4 au 7 octobre 2007.

4. Les rapports :

- APCE, « Créer une entreprise : l'idée, la préparation, le lancement », 1998.
- Banque Mondiale, « Doing Business Middle East & North Africa », Rapport 2008.
- Banque Mondiale, « Doing Business Middle East & North Africa », Rapport 2015.
- OCDE, « Encourager l'entrepreneuriat en tant que moteur de la croissance dans une économie mondialisée », Turquie, Istanbul, juin 2004.
- ONS, « Bulletin d'Information Statistiques de la PME », n° 18, 2010
- ONS, « Bulletin d'Information Statistiques de la PME », n° 20, 2011
- ONS, « Bulletin d'Information Statistiques de la PME », n° 22, 2012
- Ministère des PME, « Rapport annuel des actes des assises nationales de la PME », Algérie, Janvier 2004.
- Transparency International, « Annual Report », Rapport 2007.

5. Les thèses de doctorat :

- Berreziga A, « L'entrepreneuriat en Algérie : Réalités et Perspectives », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Ecole Supérieure de Commerce, Alger, 2013.
- Bruyat C, « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès, France, Grenoble, ESA, 1993.
- Degeorge J M, « Le déclenchement du processus de création ou de reprise d'entreprise : Le cas des ingénieurs français », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Jean Moulin Lyon III, Ecole Doctorale MIF (Management-Information-Finance), Novembre 2007.
- Meziane A, « Le rôle des mécanismes d'appui et d'accompagnement dans le développement entrepreneurial en Algérie, étude de cas : structure ENSEJ », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Option : Management, Ecole Supérieure de Commerce, Koléa, Algérie
- Mouloungui A M, « Processus de transformation des intentions en actions entrepreneuriales », Thèse de doctorat, Université Charles de Gaulle, Lille III, 2012.
- Tremblay M, « Identification collective d'opportunités entrepreneuriales : Une étude exploratoire », Thèse de doctorat, Université du Québec à Trois-Rivières, Québec, Novembre 2010.

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

6. Les magazines :

- Bouzar M, «Entrepreneuriat des jeunes diplômés : une dynamique s'enclenche ! », Investir Magazine, N° 44, Editorial.
- Forum des Chefs d'Entreprise, « Pour l'émergence de l'économie algérienne », 1^{ère} Edition, Juin 2015.
- Haddad A, Président du FCE, « FCE : La nouvelle dynamique », Revue du Forum des Chefs d'Entreprise, N°1, Janvier 2016.
- Lekhal K K, Korichi Y, Gaboussa A, « Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspectives », Revue des entreprises algériennes, N°4, 2013.
- Lettre de l'agence, « La formation pour un accompagnement de qualité », Lettre de l'agence, ANGEM magazine, N°3, 2008.

7. Les sites internet :

- www.cnac.dz, le 15/04/2015, 14h46
- www.angem.dz, le 15/04/2015, 15h13.
- <http://fr.kamerblog.com/2011/05/cest-quoi-lentreprenariat.html>, le 19/04/2015, 15h00.
- <http://corporate.stanford.edu/innovations/index.html>, le 20/06/2015, 20h00.
- www.intello.fr, le 19/07/2015, 21h00
- <http://français.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/algeria/>, 7/10/2015, 13h00
- http://leconews.com/fr/-11-3-en-2015-en-algerie-07-10-2014-171767_290.php, 07/10/2015, 10h00
- <http://www.maghrebemergent.com/-de-la-liberte-economique-au-monde.html>, 09/10/2015, 20h00
- <http://www.olf.gouv.qc.ca/ressources/bibliotheque/officialisation/terminologique/fiches/1298933.html>, le 26/10/2015, 10h00.
- www.fce.dz, le 20/02/2016, 11h00.
- www.andi.dz, le 15/04/2016, 14h35
- www.lise.cnrs.fr/docgriot16.pdf, 16/04/2016, 10h00.

- <http://www.africaneconomicoutlook.org/fr/notes-pays/afrique-du-nord/algerie/>, 08/05/2016, 9h10
- <http://www.ons.dz/-Demographie-.html>, le 08/05/2016, 09h00
- <http://www.tsa-algerie.com/20160111/chomage-en-algerie-112-de-la-population-active-30-chez-les-jeunes/>, le 08/05/2016, 9h07
- <http://www.trackbusters.fr/definition-guide-dentretien.html>, le 18/06/2016, 14

ANNEXE

ANNEXE 1

Questionnaire : Les jeunes entrepreneurs algériens

Ce questionnaire est établi pour l'appui de mon travail de théorique pour mon mémoire de Magister et pour la réalisation d'une large étude du JIL FCE, sur l'entrepreneuriat en Algérie.

Il est destiné aux jeunes entrepreneur(e)s âgé(e)s de moins de 40 ans.

Nous vous assurons l'anonymat, ainsi, que la confidentialité de vos données.

Merci de votre collaboration.

Rubrique n° 1 : Les motivations de la création de votre entreprise

Question n° 1 : A qui revient l'idée de création de votre entreprise ?

Vous-même	Vos associés
Vos parents	Autre.....

Question n° 2 : Quelle sont les personnes qui vous ont poussé à créer votre entreprise ?

Parents	Amis
Professeurs	Conjoints
Entrepreneurs	Autres.....

Question n° 3 : Quelle est la principale motivation qui vous a poussé à créer votre entreprise ?

Une opportunité à saisir	Une insatisfaction au travail
Une passion pour le projet	Une situation de chômage
Un challenge personnel	Autre.....

Rubrique n° 2 : Les contraintes et les freins liés à la création de votre entreprise

Question n° 4 : Quelle est votre principale déception depuis la création de votre entreprise ?

Les lourdeurs administratives et fiscales	Le mauvais niveau des ressources humaines
Le manque des sources de financement	Autres.....
Le manque d'enthousiasme des clients

Question n° 5 : Quelle est, selon vous, la charge la plus pénalisante pour votre entreprise ?

Les charges sociales : CNAS	L'impôt sur le revenu global
La taxe sur l'activité professionnelle	Les taxes d'importation et de dédouanement
L'impôt sur le bénéfice	Autres.....

Question n° 6 : Le manque de fonds propres vous a-t-il freiné dans votre ambition de créer votre entreprise ?

Oui	Non
-----	-----

Question n° 7 : Avez-vous connu un échec de création d'entreprise ?

Oui (répondez à la question n° 8)	Non (passez à la rubrique n° 3)
-----------------------------------	---------------------------------

Question n° 8 : Pour quelle raison avez-vous connu cet échec de création d'entreprise ?

Manque des sources de financement	Problème de gestion des coûts
Mal-entente entre associés	Autre.....
Erreur de positionnement du marché

Rubrique n° 3 : Les facteurs clés de réussite pour le lancement de votre entreprise

Question n° 9 : Selon vous, quel est le principal facteur lié à votre personne qui vous a aidé à la création de votre entreprise ?

La détermination, le courage et la persévérance	La passion pour l'activité du projet
Les compétences dans le domaine de l'activité de l'entreprise	Autre.....

Question n° 10 : Votre formation, universitaire et para-universitaire, a-t-elle été avantageuse pour le développement de votre esprit d'entreprendre ?

Oui	Non
-----	-----

Question n° 11 : Pouvez-vous classer la qualité de votre formation, universitaire et para-universitaire, pour le développement de votre esprit d'entreprendre ?

Pas du tout avantageuse	Peu avantageuse	Moyennement avantageuse	Avantageuse	Très avantageuse
1	2	3	4	5

Question n° 12 : Quelle était la principale lacune de votre formation, universitaire et para-universitaire ?

Manque de stage pratique	Manque d'adéquation entre le cours et votre besoin
Manque de spécialisation en entrepreneuriat	Autre.....

Question n° 13 : Quel est le facteur projet qui vous a poussé pour le lancement de votre entreprise ?

Le capital financier de départ	Le conseil et l'orientation par des professionnels
L'utilisation du business plan	Autres.....

Question n° 14 : Selon vous, est-ce que le conseil et l'orientation de votre entourage vous a aidé pour la réalisation de votre projet d'entreprise ?

Oui	Non
-----	-----

Rubrique n° 4 : Perspectives de développement de l'entreprise

Question n° 15 : Combien d'employés comptez-vous recruter d'ici 5 années ?

Moins de 5 personnes	Entre 15 et 20 personnes
Entre 5 et 10 personnes	Entre 20 et 25 personnes
Entre 10 et 15 personnes	Plus de 25 personnes

Question n° 16 : Envisagez-vous de faire appel à un investisseur et céder une partie de votre capital ou souhaitez-vous garder 100% de votre capital ?

Céder une partie du capital à un investisseur
Garder 100% du capital

Question n° 17 : Quel est le taux de croissance annuel que vous prévoyez, en termes de chiffre d'affaires, pour les 5 prochaines années ?

Moins de 2% par an	Entre +4% et +6% par an
Entre +2% et +4% par an	Plus de +6% par an

Rubrique n° 5 : Convictions de l'entrepreneur

Question n° 18 : Comment avez-vous développé l'esprit d'entreprendre ?

Innée, dans la famille	Expérience professionnelle et personnelle
Formations et compétitions en entrepreneuriat	Autre.....

Question n° 19 : Que représente l'entrepreneuriat pour vous ?

Un accomplissement personnel	Une passion pour l'innovation
Un moyen pour augmenter les revenus	Autre.....
Un moyen pour réaliser un rêve

Question n° 20 : Comment pouvez-vous décrire l'entrepreneuriat en Algérie ?

<input type="checkbox"/>	Complicé, par rapport aux contraintes sur le terrain
<input type="checkbox"/>	Présente beaucoup d'opportunités, puisque plusieurs secteurs sont encore vierges
<input type="checkbox"/>	Risqué, par rapport à la possibilité de non écoulement du produit sur le marché
<input type="checkbox"/>	En développement, grâce à plusieurs outils de promotion de l'entrepreneuriat
<input type="checkbox"/>	Autre

Question n° 21 : Pouvez-vous classer la qualité de l'environnement juridique et fiscale pour la promotion de l'entrepreneuriat en Algérie ?

Très mauvais	Mauvais	Moyen	Bon	Excellent
1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>				

Question n° 22 : Pouvez-vous classer la qualité de l'environnement des affaires (concurrence, client, marché) en Algérie ?

Très mauvais	Mauvais	Moyen	Bon	Excellent
1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>				

Question n°23 : Comment pouvez-vous décrire l'accès au financement en Algérie pour la création et le développement des entreprises ?

Très mauvais	Mauvais	Moyen	Bon	Excellent
1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>				

Rubrique n° 6 : Identification de l'entreprise

Question n° 24 : Quel est le secteur d'activité de votre entreprise ?

<input type="checkbox"/>	Industrie	<input type="checkbox"/>	Services en ligne
<input type="checkbox"/>	Grande Consommation	<input type="checkbox"/>	Tourisme
<input type="checkbox"/>	Bureaux d'études	<input type="checkbox"/>	Autre.....

Question n° 25 : Quelle est la forme juridique de votre entreprise ?

<input type="checkbox"/>	Personne Physique	<input type="checkbox"/>	SARL
<input type="checkbox"/>	Professions Libérales	<input type="checkbox"/>	Autre.....
<input type="checkbox"/>	EURL	<input type="checkbox"/>

Question n° 26 : Quelle est la localisation de votre entreprise ?

<input type="checkbox"/>	Est	<input type="checkbox"/>	Centre
<input type="checkbox"/>	Ouest	<input type="checkbox"/>	Sud

Question n° 27 : Quel est le mode de financement à la création de votre entreprise ?

<input type="checkbox"/>	Apport financier personnel	<input type="checkbox"/>	Dispositifs ANDI, ANSEJ, ANGEM, etc.
<input type="checkbox"/>	Crédit bancaire	<input type="checkbox"/>	Autre.....

Question n° 28 : Quel est votre chiffres d'affaire actuel ?

<input type="checkbox"/>	Moins de 2 000 000 DA	<input type="checkbox"/>	Entre 4 000 000 et 10 000 000 DA
<input type="checkbox"/>	Entre 2 000 000 et 4 000 000 DA	<input type="checkbox"/>	Plus de 10 000 000 DA

Question n° 29 : Combien de personnes employez-vous ?

<input type="checkbox"/>	0 personnes	<input type="checkbox"/>	Entre 7 et 10 personnes
<input type="checkbox"/>	Entre 1 et 6 personnes	<input type="checkbox"/>	Plus de 10 personnes

Rubrique n° 7 : Présentation de l'entrepreneur

Question n° 30 : Quel est votre sexe ?

<input type="checkbox"/>	Masculin	<input type="checkbox"/>	Féminin
--------------------------	----------	--------------------------	---------

Question n° 31 : Quelle est votre tranche d'âge ?

<input type="checkbox"/>	Entre 18 et 25 ans	<input type="checkbox"/>	Entre 30 et 35 ans
<input type="checkbox"/>	Entre 25 et 30 ans	<input type="checkbox"/>	Entre 35 et 40 ans

Question n° 32 : Quel est votre diplôme ?

<input type="checkbox"/>	Sans diplôme	<input type="checkbox"/>	Ingénieur
<input type="checkbox"/>	Licence	<input type="checkbox"/>	Doctorat
<input type="checkbox"/>	Master	<input type="checkbox"/>	Autre.....

Question n° 33 : Quel est le nombre d'années de votre expérience professionnelle avant la création de votre entreprise ?

<input type="checkbox"/>	Moins d'une année	<input type="checkbox"/>	Entre 5 ans et 10 ans
<input type="checkbox"/>	Entre 1 et 5 ans	<input type="checkbox"/>	Plus de 10 ans

Question n° 34 : Vous êtes issu d'une famille d'entrepreneurs ?

<input type="checkbox"/>	Oui	<input type="checkbox"/>	Non
--------------------------	-----	--------------------------	-----

Question n° 35 : Quelles sont les 5 caractéristiques psychologiques qui vous représentent le plus ?

<input type="checkbox"/>	Leadership	<input type="checkbox"/>	La polyvalence
<input type="checkbox"/>	Persévérance	<input type="checkbox"/>	La créativité
<input type="checkbox"/>	Appétit pour le risque	<input type="checkbox"/>	L'intuition et la vision
<input type="checkbox"/>	Organisation et gestion du temps	<input type="checkbox"/>	La confiance en soi
<input type="checkbox"/>	Les capacités relationnelles	<input type="checkbox"/>	Autre.....

Question n° 36 : Quel est votre profil d'entrepreneur ?

<input type="checkbox"/>	Sérial entrepreneur. vous créez plusieurs entreprises (répondez à la question n°30, sinon passez à la question n° 34)		
<input type="checkbox"/>	Entrepreneur familial	<input type="checkbox"/>	Entrepreneur employé
<input type="checkbox"/>	Entrepreneur sortie d'école	<input type="checkbox"/>	Autre.....

Question n° 37 : Si vous êtes Sérial entrepreneur, combien d'entreprise avez-vous créée ?

<input type="checkbox"/>	Entre 2 et 4 entreprises	<input type="checkbox"/>	Plus de 6 entreprises
<input type="checkbox"/>	Entre 4 et 6 entreprises	<input type="checkbox"/>	

Question n° 38 : Quel est la nature de l'activité des entreprises que vous créees ?

<input type="checkbox"/>	Même secteur d'activité que l'entreprise initiale
<input type="checkbox"/>	Activités complémentaire à l'activité de l'entreprise initiale
<input type="checkbox"/>	Activités totalement divergentes de l'activité de l'entreprise initiale
<input type="checkbox"/>	Autre.....

Question n° 39 : Quelle est la raison qui vous poussé à créer plusieurs entreprises ?

<input type="checkbox"/>	Minimiser les coûts de sous-traitance
<input type="checkbox"/>	Passion pour l'entrepreneuriat
<input type="checkbox"/>	Diversification du portefeuille de vos revenus
<input type="checkbox"/>	Autre.....

Question n° 40 : Vous-êtes adhérents au JIL'FCE ?

<input type="checkbox"/>	Oui	<input type="checkbox"/>	Non
--------------------------	-----	--------------------------	-----