

UNIVERSITE D'ORAN

**Faculté des Sciences Économiques, des Sciences de Gestion et des
Sciences Commerciales**

MÉMOIRE DE MAGISTER EN SCIENCES COMMERCIALES

OPTION :

MANAGEMENT DES ENTREPRISES

Thème :

**Les Entrepreneurs de TPE dans la
Wilaya d'Oran**

Présenté par:

M. HENNI Mustapha

Sous la Direction de:

M. BOUYACOUB Ahmed

Jury:

Président : M. TOUBACHE Ali- *Professeur- Université d'Oran.*

Rapporteur : M. BOUYACOUB Ahmed- *Professeur- Université d'Oran.*

Examineur : M. FEKIH Abdelhamid- *Maître de conférences (A)- Université d'Oran.*

Examineur : M. TAHARI Khaled- *Maître de conférences (A)- Université d'Oran.*

Année Universitaire : 2011-2012

REMERCIEMENTS

Je tiens d'abord à remercier infiniment mon Directeur de thèse, le Professeur BOUYACOUB Ahmed, pour son encadrement et ses orientations. Je le remercie, tant pour sa disponibilité, et pour le temps qu'il m'a consacré, malgré sa grande charge de travail.

Mes remerciements s'adressent aussi à tous mes enseignants de la faculté des sciences économiques, des sciences de gestion et des sciences commerciales, pour tous leurs encouragements. Je n'oublie pas de remercier aussi toute l'équipe du « Centre de documentation économique et sociale ».

Je n'oublierai pas de remercier spécialement mes tentes, mes oncles et mes cousins, ainsi que mes amis, pour tous leurs encouragements, spécialement K.Tcham.

Mes remerciements s'adresse particulièrement à mes parents, mes frères et mes sœurs, qui m'ont tous encouragé à mener à bien ce travail.

Henni Mustapha.

SOMMAIRE

Introduction générale	01
Chapitre 1 : L'entrepreneur, généralités et perspectives historiques	08
Introduction	09
Section I : L'entrepreneur à travers l'histoire	10
Section II : Les différentes typologies multidisciplinaires	25
Section III : L'entrepreneur algérien	35
Conclusion	59
Chapitre 2 : La TPE, une composante économique importante	60
Introduction	61
Section I : La TPE une entité complexe	62
Section II : La TPE-PME en Algérie	79
Section III : Une TPE algérienne face à son environnement	94
Conclusion	109
Chapitre 3 : Etude d'un échantillon d'entrepreneur de TPE en Algérie (cas de la Wilaya d'Oran)	110
Introduction	111
Section I. Présentation de l'enquête	112
Section II : Les résultats de l'enquête	123
Section III : La synthèse des résultats	144
Conclusion	151
Conclusion générale	152
Bibliographie	158
Annexes	165
Les sigles	173
Liste des tableaux et figures	175

Introduction générale

Djillali Liabes écrivait : « *L'Algérie contemporaine présente cette image paradigmatique d'une société où tout est en train de se "fabriquer", aussi bien les structures que les "hommes", les mentalités, les classes sociales ou l'Etat* »¹; une analyse éminente sur notre pays, et contemporaine en ce début du 21^{ème} siècle.

L'Algérie qui a longtemps été parmi ces sociétés dont « *le pacte social était celui du salariat* »², par une garantie de l'emploi, la possibilité de progresser dans l'échelle sociale, l'existence de la solidarité, et l'assurance de bénéficier d'une stabilité sociale avec sa famille; caractéristiques de pays, que l'idéologie libérale leur était totalement étrangère.

Dans le domaine de la structure économique, la tendance des grandes organisations, n'était pas seulement un phénomène local, mais plutôt mondial ; car en ce qui concerne ces pays dit socialiste ou communiste, les grandes organisations en plus du fait qu'elles étaient créatrices d'emploi, et cela massivement, furent génératrices de grandes valeurs ajoutées, ce qui a amené ces pays à en faire leur cheval de bataille, ainsi « *l'Etat devenait entrepreneur* ». Mais à la suite de la chute du communisme, et l'échec des économies administrées, le constat était que, cet « *Etat entrepreneur* » avait échoué.

En ce qui concerne les pays qualifiés de capitaliste et libérale, afin d'augmenté le chiffre d'affaire, et l'étendue des marchés, l'investissement dans les organisations pour une stratégie de grandeur est devenu incontournable. Et cela par des stratégies d'OPA (Offre Publique d'Achat) et d'OPE (Offre Publique d'Echange), favorisées par un marché financier qui est dopé par une fiscalité presque inexistante, et la recherche du bénéfice à tout prix³. Vinrent les délocalisations vers les pays asiatiques et leurs mains d'œuvre qualifiées et moins chère, ces facteurs rassemblés créèrent une crise de l'emploi dans ces pays occidentaux, et un manque à gagner en valeurs ajoutées, ce qui conduisit ces Etats vers le surendettement, annonçant ainsi la naissance d'une crise économique et sociale, celle de la fin du 20^{ème} et du début du 21^{ème} siècle. L'occident qui avait encore avec les séquelles du choc pétrolier de 1973, et une crise de l'emploi que celui-ci a engendré ; poussant des économistes, tels M.Marchesnay à écrire « *que la grande entreprise a montré ses limites* »⁴.

¹ Liabes D., « Entreprises, entrepreneurs et bourgeoisies d'industrie en Algérie. Quelques éléments pour une sociologie de "l'entreprendre", cahiers du CREAD n°1, page 97-113, 1^{er} trimestre 1984.

² Hernandez. E.M., « Le processus entrepreneurial », édition l'harmattan, avril 1999.

³ Julien P.-A. & Marchesnay M., « La petite entreprise », édition Vuibert, 1988.

⁴ Idem

Les sciences de gestion par leurs analyses de la société, et leurs recherches dans le but d'apporter des solutions, ont fait le constat selon lequel, la seule entité résistante à ces délocalisations, et qui peut favoriser la création de l'emploi et de la valeur ajoutée, est la PME (Petite et Moyenne Entreprise), et particulièrement la TPE (Très Petite Entreprise). Comme l'écrit A.Tounes « *La composition du tissu productif dominée jusque là par la grande organisation, a vu naître l'intérêt pour les TPE et les PME/PMI, dont les formes de création, l'organisation et de management diffèrent largement de celles des grandes entreprises* »⁵.

Des économistes et sociologues, tel M.Marchesnay et P.A.Julien, vont jusqu'à imposer la petite entreprise comme étant le moteur providentiel qui redémarrera cette société en crise⁶. La PME réservoir de l'emploi, génératrice de valeur ajoutée, devient ainsi la clé pour remonter une pente que les pays occidentaux traversent, ce qui se confirme par la mise en œuvre de politique d'encouragement et même de faveurs, accordées par les gouvernements et les Etats pour les PME.

Le continent africain n'est pas en reste, comme le souligne C.Albagli et G.M. Hénault « *La panacée nouvelle du développement africain est arrivée. Il s'agit de l'entreprise privée perçue comme le nouveau vecteur de croissance, le générateur d'emplois, le moteur du progrès socio-économique et considérée de moins en moins comme le vilain qui exploite le prolétariat...* ». Insistant sur la taille de ses entreprises, qui ne peut qu'être majoritairement, que celles de petite taille, et ils perçoivent qu' « *a la base du développement de tout secteur dit privé se trouve la création d'entreprises qui devient ainsi un choix prioritaire des politiques publiques africaines, un champ de recherche essentiel et un domaine de formation privilégié* »⁷.

Vient s'ajouter à cela, l'évolution des formes organisationnelles de certaines grandes entreprises, à la recherche de plus de réactivité, de flexibilité, et d'efficacité, etc. Qui ont abandonné les formes organisationnelles pyramidales classiques, pour adopter la forme de réseaux de PME⁸. Ainsi se voit naître, un nouvel intérêt à la création d'entreprise, et surtout celles de petites tailles.

⁵ Tounes A., « L'intention entrepreneuriale », Thèse de Doctorat, université de Rouan, 2003.

⁶ Julien P.-A. & Marchesnay M., "L'Entrepreneuriat", édition Economica, Paris, 1996.

⁷ Albagli C. et Hénault G.M. (s.dir.), « La création d'entreprise en Afrique », Vanves (92178) : EDICEF, 1996.

⁸ Schumacher E.F., « Small is Beautiful : une société à la mesure de l'homme », édition le Seuil, 1978.

Cette situation économique et sociale que vit le monde, pousse M. Marchesnay à affirmer qu'avec « *l'échec des économies planifiées, et la crise du capitalisme managérial ; il faut inciter chacun à créer son propre emploi et par conséquent, un retour aux sources du capitalisme. « Self made man », puisque chacun est censé avoir les mêmes chances au départ, dès l'instant où l'on souhaite lancer son entreprise* »⁹.

L'entreprise qui représente l'un des maillons centraux de la société, et cela par les multiples valeurs économiques et financières qu'elle crée, et de facto, permet la circulation des flux de ces valeurs au sein de la société. L'entreprise qui existe grâce à l'action de « *l'Entreprenance* », qui est définie par Robert D. Hirsch en 1991, comme « *le processus qui consiste à créer quelque chose de différent et possédant une valeur, en assurant les risques financiers, psychologiques et sociaux, et cela pour recevoir des satisfactions pécuniaires et personnelles* »¹⁰.

Tout ce mécanisme qu'est « *l'Entreprenance* », existe grâce à un seul acteur, « *l'Entrepreneur* ». Car c'est lui qui réunit les ressources financières, ou bien de son patrimoine, ou courtise des fournisseurs de capitaux, telles les banques. C'est un rassembleur de ressources humaines, dans sa recherche de compétence et d'employés pour la concrétisation du troisième élément, qu'est l'idée de l'activité, qu'elle soit nouvelle donc une innovation, ou bien ancienne, par la recherche de prospérité personnelle ou ce qui est en général familiale.

Son rôle dans la création de valeurs ajoutées fut longtemps marginaliser, et ses effets sur le marché de l'emploi furent de même, mais les temps durs que traverse l'économie mondiale, et les sociétés occidentales lui redorèrent son blason, et ainsi poussé les chercheurs, sociologues et économistes à lui faire une place d'honneur dans leurs recherches. L'abondance des contributions des chercheurs des sciences sociales dans ce domaine de recherche est la preuve de cet intéressement, et cela ce confirme par ses différentes revues qui naissent partout dans le monde portant son nom, ou le nom du processus qu'il engendre : *l'Entrepreneuriat*¹¹. Et c'est la raison pour laquelle nous nous sommes intéressés à cet acteur.

Car les différentes lectures que nous avons abordé sur l'administration et le management contemporain, l'évoque de loin ou de près, ce qui nous a rendu avide d'information à son sujet. Et de plus est, les avis le concernant dans la société algérienne sont remplies de contradictions, par des visions différentes que chacun a de l'entrepreneur.

⁹ Julien P.-A. & Marchesnay M., « *L'Entrepreneuriat* », édition Economica, Paris, 1996.

¹⁰ Hernandez. E.M., « *Le processus entrepreneurial* », édition l'harmattan, avril 1999.

¹¹ L'Entrepreneuriat : mot désignant le processus, choisi par le conseil québécois de la langue française.

S'ajoutant à cela, des situations économiques changeantes, et des directions politico-économiques nouvelles, et ainsi le statut de l'entrepreneur algérien devient de plus en plus difficile à être caractérisé. Mais son importance est déjà reconnue par des économistes et sociologues algériens, tel S.Badrani qui écrit : « *C'est une évidence d'affirmer que les entrepreneurs constituent, avec la force de travail qualifiée, le fer de lance de la croissance économique, si ce n'est du développement* ». Continuant avec cette affirmation que « *De leur nombre, de leur compétence, de leur dynamisme, de leur confiance en l'avenir, dépendent la croissance de la richesse nationale et de l'emploi. Produire des connaissances à leur propos est donc utile pour aider les décideurs à concevoir des politiques économiques et sociales favorisant les activités de cette catégorie sociale ou de certaines de ses composantes* »¹².

Ce qui nous a poussés vers une direction interrogative. Par des questions multiples qui peuvent être proposé autour de l'entrepreneur, mais la première était simple : qu'est ce qu'un entrepreneur ? Et plus précisément, comment peut-on dire que cette personne est un entrepreneur ?

Et dans la perspective d'une étude sur cet acteur, nous nous devons de choisir une catégorie précise de ces entrepreneurs, par un choix de dimension de recherche, et notre choix fut en fonction du fruit de l'action de l'entrepreneur qu'est l'entreprise. En choisissant de diriger notre recherche vers des entrepreneurs créateurs d'entreprises de petite taille, celles qualifiées de TPE (Très Petite Entreprise). La question qui aller nous faire aboutir vers ce mémoire de Magister devint clair à nos yeux : *Qui sont ces entrepreneurs de TPE en Algérie ?* Et dans le souci de la limitation de notre champ de recherche, par une limitation géographique, nous avons choisi d'étudier des cas d'entrepreneurs au sein de la wilaya d'Oran.

¹² Badrani S., « Nouveaux entrepreneurs dans la transition à l'économie de marché : les entrepreneurs ruraux », cahiers du CREAD n°40, pages 5-19, 2ème trimestre 1997.

Par cette recherche nous avons essayé de vérifier les hypothèses suivantes :

H1 : L'entrepreneur de TPE algérien suit une démarche semblable au modèle d'A.Shapero.

H2 : L'entrepreneur de TPE algérien est plutôt statique.

H3 : L'entrepreneur de TPE algérien détenant des diplômes d'étude supérieure, a des objectifs différents de celui qui n'en possède pas.

Nous nous inscrivons dans une approche historique, et cela par une présentation de l'entrepreneur, et de la place qui lui a été accordée en sciences économiques ; en essayons de lui donner la définition qui lui est vraiment propre, par une mise en exergue des plus importantes contributions des chercheurs et des penseurs qui ont investi ce domaine de recherche.

Et dans notre optique de dimension choisie, cela englobe l'entreprise ou il actionné, ce qui a donné la nécessité de la description de la Très Petite Entreprise, et d'une présentation de l'historique de l'entrepreneur algérien et de sa TPE.

Par la suite, pour affirmer ou infirmer nos hypothèses, nous nous sommes engagés dans une étude qui tourne autour d'un échantillon d'entrepreneur. Des entrepreneurs de très petites entreprises, localisés dans la wilaya d'Oran. Nous conduisons ainsi vers une optique de recherche ex-post, par rapport à l'acte de création d'entreprise, et cela par l'emploi d'une étude qualitative.

Ainsi, ce mémoire se présente sous la forme de trois chapitres. Pour le premier chapitre, il retrace la revue historique de la recherche sur l'entrepreneur, avec une présentation des différentes typologies qui peuvent le décrire, un chapitre qui se termine par les apports de la recherche sur l'entrepreneur algérien.

Le second chapitre aborde en premier lieu, la *Très Petite Entreprise* ; présentant ainsi la complexité de cette entité; s'en suit une présentation de l'environnement historique de la TPE-PME algérienne de 1962 à nos jours. Un chapitre qui se conclut par une présentation de la progression de ce secteur dans le tissu économique national, et une comparaison entre l'Algérie et ses deux voisins, le Maroc et la Tunisie, dans le domaine de la création d'entreprise.

Le troisième chapitre aborde la partie empirique de notre mémoire, par l'analyse des données récoltées chez des entrepreneurs de TPE dans la wilaya d'Oran, qui nous ont permis d'établir un profil et de le confronter à un des modèles de recherche entrepreneurial. Nous permettant de proposer une typologie de l'entrepreneur de TPE algérien.

Chapitre 1 :

***L'Entrepreneur, généralités et perspectives
historiques***

INTRODUCTION

« *Il n'est d'économie que d'hommes et d'idées, somme nous entrain de passer d'un capitalisme managérial à un capitalisme entrepreneurial ?* », Une interrogation émise par Michel Marchesnay dans le livre qu'il a coécrit « *L'Entrepreneuriat* »¹³.

Dans ce chapitre, nous tentons de définir l'acteur économique, qui est la source de la création d'entreprise. Cela, en puisant dans des travaux d'économistes, de R.Cantillon, jusqu'aux auteurs contemporains, allant vers une optique de présentation du changement du concept d'entrepreneur et son rôle dans l'activité économique. Car ce personnage abandonne du terrain à l'organisation à la fin du 19^{ème} siècle et se voit renaître avec J.A Schumpeter, et devient central par des apports de grands chercheurs tel que P.Drucker, B.Saporta, et C.Bruyat.

Ces différentes contributions intègrent, parallèlement aux analyses économiques, des dimensions psychologiques, sociologiques et managériales et qui sont les plus répandues dans les recherches menées sur ce thème. Nous exposons par ce fait des typologies d'entrepreneur, les plus reconnues et reprises par les chercheurs, s'investissant dans ce champ de recherche.

Et par la suite, nous avons essayé de réunir des travaux qui ont tourné spécifiquement sur l'entrepreneur algérien. Malgré le peu d'apport antérieur, mais des travaux pertinents sont à remarquer, partons de M.Boukhobza (1989) et J.Peneff (1981), A.Henni (1993), A.Bouyacoub (1997), jusqu'à quelques apports récents.

¹³Julien P.-A. et Marchesnay M., «L'Entrepreneuriat», édition Economica, Paris, 1996.

SECTION I : L'ENTREPRENEUR A TRAVERS L'HISTOIRE

1.1. L'entrée de l'entrepreneur dans la théorie économique

Le consensus est qu'avec R.Cantillon au 18^{ème} siècle, l'entrepreneur fait son entrée dans la théorie économique. Mais le mot "*Entrepreneur*", comme le mot "*Manager*", est né en France, et cela, à la fin du 17^{ème} siècle. Car d'après les travaux d'Hélène Verin¹⁴ : *le vieux dictionnaire d'Antoine Furetière de 1660 définit le terme entreprendre comme « la résolution hardie de faire quelque chose ». Pour Montaigne, entreprendre, c'est « contester l'ordre fondé ». Au moyen âge, c'était « prendre-entre » : reconnaître une ville pour l'assaillir de tout cotés ; ou encore l'entrepreneur, c'était celui qui tentait la « Ventura » (le hasard, la quête de soi dans l'incertain de l'action), dont la punition ou la récompense pouvait être la « Fortuna » (la tempête, le risque ou l'argent). Et actuellement dans la langue française le mot "*Entrepreneur*" désigne « toute personne qui entreprend de faire quelque chose »¹⁵.*

Mais R.Cantillon désigne l'entrepreneur comme « *celui qui assume le risque de l'incertain, s'engage fermement envers tiers* »¹⁶. Toujours selon S.Boutillier, R.Cantillon présente dans son ouvrage "Essai sur la nature du commerce en général" une division socio-économique des intervenants économiques en trois *classes*¹⁷: les propriétaires, qui vivent dans l'indépendance; les fermiers, et un dernier groupe très hétérogène auquel appartient l'entrepreneur¹⁸ ; cette dernière classe comprend aussi bien les marchands, les bouchers, les boulangers, les manufacturiers, les mendiants que les hommes de lois... La notion de risque demeure très importante pour R.Cantillon, car selon lui, l'entrepreneur a cette faculté très spéciale d'anticipation du risque, car cet un acteur qui ose établir les prix des marchandises.

¹⁴ Verin H., « Entrepreneurs, entreprise. Histoire d'une idée », édition P.U.F., 1982.

¹⁵ Le Robert, dictionnaire de la langue française, édition les dictionnaires le Robert, 2004.

¹⁶ Boutillier S. et Uzunidis D., « L'entrepreneur : une analyse socio-économique », éditions Economica, Paris, 1995.

¹⁷ R.Cantillon (1680-1734), il est l'un des auteurs les plus significatifs qui marquent la transition du [mercantilisme](#) vers l'économie classique, il avait l'ambitieux objectif d'édifier un traité général d'économie. Il a construit un modèle analytique qui cernait les éléments de l'économie afin d'isoler les forces fondamentales en exercice. Par son œuvre, curieusement tombée dans l'oubli pendant plus d'un siècle, il fondait la doctrine capitaliste et donnait l'une des premières applications de la méthode inductive en économie. Indéniablement, il a eu le mérite d'annoncer la science économique.

¹⁸ Boutillier S. et Uzunidis D., « L'entrepreneur : une analyse socio-économique », éditions Economica, Paris, 1995.

1.2. L'entrepreneur un acteur identifié mais secondaire

1.2.1. Dans la le cas de l'analyse classique

L'existence de l'entrepreneur est une réalité pour les classiques, car pour A.Smith, l'entrepreneur a comme but l'accumulation du capital, et la bonne marche de son affaire comme seul objectif. Il érige cette dichotomie entre le profit, source de revenu de l'entrepreneur, le salaire et la rente ; ce profit que l'entrepreneur obtient de l'emploi de son capital¹⁹.

Il distingue quelques valeurs, qu'il classe comme dominantes : l'initiative individuelle, la liberté, la bonne gestion, la propriété privé des moyens de production, qui représente le fondement du pouvoir et de l'autorité, avec un système de type « *entreprise-proprétaire* », telle qu'elle existait plus au moins au 19^{ème} siècle²⁰. Une entreprise dirigée par son propriétaire, qui est indépendant dans n'importe quelle initiative, et cela sans contraintes publiques ou sociales.

A.Smith déclare même « *que les profits ordinaires des capitaux ne peuvent, dans aucune industrie, être affectés par la constance ou l'incertitude de l'emploi. C'est la faute du commerçant, et non celle des affaires, si le capital n'est pas constamment employé* »²¹, de ce fait, allant vers une optique différente de celle émise par R.Cantillon.

Il parle aussi de l'entrepreneur comme étant *spéculateur*, dans le cas où l'activité de l'entrepreneur est nouvelle, ce dernier cherche à réaliser le maximum de profits, profitant ainsi de la nouveauté qu'il est le seul à détenir pour le moment. Et « *il est guidé seulement par son profit personnel et particulier* »²² et cela même dans le cas où il s'oppose à l'intérêt général (plaçant les bases de la théorie de la main invisible). A.Smith reconnu aussi, pour avoir scindé le capital en deux : capital fixe et capital circulant²³.

¹⁹ Boutillier S. et Uzunidis D., « L'entrepreneur : une analyse socio-économique », éditions Economica, 1995.

²⁰ Woot P., « Pour une doctrine de l'entreprise », édition le seuil. 1968.

²¹ Smith A., « Recherches sur la nature et les causes de la richesse des nations », édition Flammarion, paris, 1988.

²² Idem

²³ Tounes A., « L'intention entrepreneuriale », Thèse de Doctorat, université de Rouan, 2003.

1.2.2. L'entrepreneur comme variable mathématique secondaire

A la fin du 19^{ème} Siècle, Léon Walras principal représentant du courant néoclassique, identifie l'économie comme un système d'équations, et par ce fait, étudie les phénomènes économiques, comme des variables extérieurs aux individus, où il expose sa conception de l'économie politique²⁴. Car il pose les bases d'une différentiation entre le propriétaire foncier, le travailleur, le détenteur de capital et un dernier acteur, nommé l'« *Entrepreneur* », qui selon A.Tounes²⁵ en appliquant des "services producteurs" (terre-travail-capital) aux matières premières, vend à son compte les produits obtenus. Et il affirme, qu'un même individu peut cumuler deux, trois, voire toutes ses fonctions, « *La diversité de ces combinaisons engendre la diversité des modes d'entreprises* »²⁶.

L.Walras constate que « *les entrepreneurs ne font ni bénéfice ni perte. Ils subsistent alors non comme entrepreneurs, mais comme propriétaires fonciers, travailleurs ou capitalistes dans leurs propres entreprises ou dans d'autres* »²⁷. Un entrepreneur, qui se voit selon la loi de l'offre et de la demande, à devenir un agent de transition et de coordination des marchés. Par ce fait, L.Walras exclue l'exceptionnalité, comme caractéristique de l'entrepreneur. Car selon S.Boutillier « la formalisation mathématique de l'économie a contribué à effacer le rôle dynamique de l'entrepreneur »²⁸.

1.2.3. L'entrepreneur intermédiaire, et organisateur

La contribution de J.-B.Say au progrès de l'analyse économique est loin de faire l'unanimité, selon A.Tounes, cependant il est considéré comme le premier ayant centré l'analyse sur « *le critère de direction* »²⁹. Trois opérations existe selon lui dans l'industrie humaine ; distinguant ainsi *le savant* qui étudie les lois de la nature et propose l'innovation, *l'entrepreneur*, et finalement, *l'ouvrier* qui travaille comme subordonné³⁰.

L'entrepreneur devient ainsi un intermédiaire, profitant du savoir des savants pour créer de nouveaux produits ; « *c'est l'agriculteur, le manufacturier ou le commerçant qui* », selon

²⁴ Boutillier S. et Uzunidis D., «Quelle est l'utilité marginale de l'entrepreneur ?», Revue problèmes économiques, n°2.742, 2/01/2002.

²⁵ Tounes A., « L'intention entrepreneuriale », Thèse de Doctorat, université de Rouan, 2003.

²⁶ Boutillier S. et Uzunidis D., «Quelle est l'utilité marginale de l'entrepreneur ?», revue problèmes économiques, n°2.742, 2/01/2002.

²⁷ Laurent P., "L'entrepreneur dans la pensée économique", Revue Internationale P.M.E, vol. 2, n°1, p 57-70, 1989.

²⁸ Boutillier S. et Uzunidis D., «L'entrepreneur : une analyse socio-économique », éditions Economica, Paris, 1995.

²⁹ Tounes A., « L'intention entrepreneuriale », Thèse de Doctorat, université de Rouan, 2003.

³⁰ Say J.-B., « Traité d'économie politique », éditions Calmann-Lévy, Paris, 1972.

J.B.Say « *entreprend de créer pour son compte, à son profit et ses risques, un produit quelconque* »³¹.

Cette chaîne de répartitions des occupations existe dans le but d'augmenter la diversité des produits destinés à la société. Pour lui, l'entrepreneur est l'intermédiaire dans cette chaîne de production entre les différents producteurs, et le consommateur. Car selon S.Boutillier « *Il administre l'œuvre de la production ; il est le centre de plusieurs rapports; il profite de ce que les autres savent et de ce qu'ils ignorent, et de tous les avantages accidentels de la production* »³².

L'entrepreneur a la charge d'une fonction économique, qui est essentielle et indispensable au système économique, car J.B.Say a déduit que « la mise en place d'une organisation était un point crucial ; et que l'entrepreneur est avant tout un organisateur »³³. Car c'est lui qui va harmoniser et coordonner entre les trois facteurs de production, terre-travail-capital, et cela dans une recherche d'« *un maximum d'utilité* »³⁴. J.B.Say écrit que « *le bien-être d'un pays dépend de sa population active et du dynamisme de ses entrepreneurs* »³⁵.

1.2.4. L'entrepreneur et la prise de risque

F.H.Knight reconnu comme étant celui, au début des années 1920, ayant classé le profit créé par l'entrepreneur, sous l'étiquette de récompense due au risque supportée par l'incertitude générée par son action sur son environnement (qu'est le marché). Avec cette reconnaissance de l'esprit d'entreprise comme fondation inhérente au capitalisme

Selon F.H.Knight, la perspective d'avoir une théorie structurée de l'entrepreneur ne sera pas pour ces temps-ci, de plus-est, il insiste sur la place de l'incertitude dans le marché qui connaît une évolution et un changement, distinguant de facto, cette incertitude, par le fait qu'elle n'est pas assurable, alors que le risque peut-être assuré ; donc l'inconnue incertitude est reconnue comme bloc constitutif de l'évolution économique³⁶. F.H.Knight précurseur, car ces qualités qu'il distingue chez l'entrepreneur sont reprise sous l'appellation « *vision* », et cela de nos jours.

³¹ Say J.-B., « *Traité d'économie politique* », éditions Calmann-Lévy, Paris, 1972.

³² Boutillier S. et Uzunidis D., « *L'entrepreneur : une analyse socio-économique* », éditions Economica, Paris, 1995.

³³ Tounes A., « *L'intention entrepreneuriale* », thèse de doctorat, université de Rouan, 2003.

³⁴ Idem

³⁵ Laurent P., "L'entrepreneur dans la pensée économique", *Revue Internationale P.M.E*, vol. 2, n°1, p 57-70, 1989.

³⁶ Tounes A., « *L'intention entrepreneuriale* », Thèse de Doctorat, université de Rouan, 2003.

1.3. L'entrepreneur assimilé à l'entreprise

1.3.1. La transformation de l'environnement économique

La transformation des modes de productions économiques, par le passage de petits ateliers, complémentaires et organisés, vers des unités « usines », énormes par leurs tailles, obligeant l'existence du multi-contrôle, et de plus de financement, sont la cause de changement dans la fonction directoriale des entreprises, avec un pouvoir au sein des entreprises qui change de mains ; car selon S.Boutillier « *les centres de direction et de propriété qui formaient au départ un bloc, ne sont plus fondus en une seule personne ; ils sont dispersés en autant d'acteurs qui animent les transformations juridico-économiques de l'entreprise* »³⁷. Ceci est le berceau de naissance du manager, ce n'est pas tellement sur les cendres de l'entrepreneur qu'il naît, mais plutôt, à cause d'une complexité organisationnelle de plus en plus importante, à mesure que les entreprises grandissent, nécessitant de facto, des compétences de management plutôt qu'entrepreneuriale. Ajoutant à cela, la dispersion de la propriété, et une image d'un entrepreneur perçu comme ouvrier plutôt que directeur.

Les optiques changent, poussées par cette transformation du monde, qui passe ainsi, de petits poneys qui tirent l'économie, vers de grands étalons ; des entreprises grandes par leurs taille, et technologiquement plus avancées.

1.3.2. La mise à l'écart de l'entrepreneur

Une transformation s'opère en économie, une transformation d'individualisme monopolistique décisionnelle, vers ce que E.Gibert appelle « *le partage des compétences et de l'autorité* »³⁸ ; et cela entre les mains de spécialistes, plus amène, vue la taille de l'organisation. Un contrôle qui change de mains, et de facto, le pouvoir, qui devient la propriété d'une nouvelle classe. Son identification diffère, car ils sont qualifiés de « Directeurs » par J.Burnhamen en 1947, de « Technostructure » par J.K.Galbraith en 1967 ou de « Managers » par H.Kaelble en 1979³⁹.

³⁷ Boutillier S, Uzunidis D, « L'entrepreneur : une analyse socio-économique », éditions Economica, Paris, 1995.

³⁸ Gibert E., « Les mobiles de l'entrepreneur », Thèse pour le doctorat d'Etat ès Sciences de Gestion, Université de Rouen, 1980.

³⁹ Tounes A., « L'intention entrepreneuriale », thèse de doctorat, université de Rouen, 2003.

Selon A.Marshall « *Cette forme est en train d'être supplantée par d'autres où l'autorité suprême est répartie entre plusieurs associés ou même entre un grand nombre d'actionnaires* »⁴⁰. Car selon lui l'entrepreneur est un composante du management, cet acteur qui s'investit par le travail et la fourniture de capital, ne peut être totalement marginaliser, un élément de liaison entre l'ouvrier et le consommateur ; marchand et organisateur de la production au sens vaste⁴¹. Mais d'autres économistes tel J.Burnham (1947), prédisent une autre voie de changement en économie ; car selon lui cette société capitaliste est voué la disparition, car c'est une société qui est bâtit sur une dynamique entrepreneuriale égoïste, ne se concorde pas avec les aspirations⁴².

Car selon lui, la transformation est plutôt dans la société, et aussi dans son fonctionnement, et ainsi dans ses valeurs ; ce qui la pousse au niveau organisationnelle, a privilégié « la société directoriale » ; avec un monde qui change, et des besoins qui augmente, et des transitions qui deviennent évidente ; et plus important encore, une propriété privé individualiste, qui ne joue plus le rôle, qu'elle a connu au 19^{ème} siècle, et cela est due, à la dispersion du capital⁴³. Et ainsi *l'actionnaire* devient *des actionnaires*.

1.3.3. L'entrepreneur obsolète pour J.K Galbraith

J.K.Galbraith en 1967, souligne que « *ce n'est pas l'entrepreneur qui a envoyé l'homme sur la lune, mais une organisation* »⁴⁴. Il écrit également à propos de l'entrepreneur : « *Son œuvre, si elle devait continuer à répondre aux objectifs pour lesquels il l'avait conçu, exigeait son remplacement* » ; ce changement que le monde connaît, est due selon lui, à la capacité qu'ont ces grandes entreprises a rassemblé et mettre à disposition des capitaux importants, ainsi que les compétences nécessaires, qui peuvent favoriser la « *haute productivité* ». Et il revient sur l'incertitude, comme étant un facteur important que les grandes organisations managériales ont plus de chance de contrôler et affronter que les petites, qui sont généralement entrepreneuriales

A.Tounes écrit « Partant du principe selon lequel, l'imagination, l'esprit de décision et la propension au risque ne sont pas spécialement importants pour organiser l'intelligence dans

⁴⁰ Marshall A., « Principes d'économie politique », Tome I, édition Gordon et Breach, Paris, 1971.

⁴¹ Boutillier S., Uzunidis D., « L'entrepreneur : une analyse socio-économique », éditions Economica, Paris, 1995.

⁴² Laurent P., "L'entrepreneur dans la pensée économique", Revue Internationale P.M.E, vol. 2, n°1, p 57-70, 1989.

⁴³ Tounes A., « L'intention entrepreneuriale », thèse de doctorat, université de Rouan, 2003.

⁴⁴ Boutillier S., Uzunidis D., « Le capitalisme et ses acteurs : perspective historique. Capitalisme et entrepreneurs », Les Cahiers français, n°349, 2009.

l'industrie »⁴⁵. Néanmoins, l'entrepreneur individu joue un rôle, et cela est dû à ses qualités d'innovateur, qui sont nécessaires à la prospérité de la grande entreprise.⁴⁶

1.4. L'entrepreneur à nouveau sous les projecteurs

Avec un 20^{ème} siècle qui vit des révolutions de tous bords, des économistes et sociologues n'abandonnent pas les bases qui ont été la raison de la prospérité de l'occident ; avec J.A.Schumpeter, F.H.Knight et F. Hayek, qui reviennent vers l'entrepreneur et son initiative individuelle, qui doit être pris en compte, s'opposant par ce fait, à cette sur-rationalisation, qui a abouti, avec les marginalistes, à l'assimilation de l'individu à l'organisation.

1.4.1. Un entrepreneur qui existe encore

« *Marx avait raison !* » fut le titre de l'un des chapitres du dernier ouvrage de J.A.Schumpeter, car il parle d'un entrepreneur qui disparaît, et avec lui le capitalisme entrepreneurial. L'entrepreneur remplacé par le coupla actionnaire-manager, pour l'autre par les sociétés par action⁴⁷. J.A.Schumpeter soutient l'idée selon laquelle, une évolution importante dans la compréhension de la fonction entrepreneuriale, car selon lui l'entrepreneur est un agent économique unique, le qualifiant, selon A.Tounes « *de moteur du progrès technique, et c'est lui qui fait des combinaisons nouvelles des moyens de production et réalise des innovations* »⁴⁸. Les travaux de ce dernier restent importants, en ce qui concerne l'identification de l'invention, et cette différence qui la distingue de l'innovation ; car d'après lui, l'entrepreneur est généralement innovateur, développe le « *NEO* », qui fait la différence, et crée une nouvelle richesse. Revenant sur la sémantique de ce terme, car parfois l'invention n'a aucun lien avec l'économie.

L'importance de l'innovation par J.A.Schumpeter se résume ainsi « *Le système ne peut progresser rapidement que si l'effort créatif est récompensé. Par l'innovation, l'entrepreneur introduit un déséquilibre dans le circuit économique et il peut s'emparer d'un profit, mais celui-ci est temporaire. Toute innovation finit inévitablement par être imitée, et lorsqu'elle est généralisée, un nouvel état d'équilibre est atteint et la source de profit disparaît* »⁴⁹. Et aussi il

⁴⁵ Tounes A., « L'intention entrepreneuriale », thèse de doctorat, université de Rouan, 2003.

⁴⁶ Boutillier S., Uzunidis D., « L'aventure des entrepreneurs », édition Studyrama, 2006.

⁴⁷ Boutillier S., Uzunidis D., « L'entrepreneur : une analyse socio-économique », éditions Economica, Paris, 1995.

⁴⁸ Tounes A., « L'intention entrepreneuriale », Thèse de Doctorat, université de Rouan, 2003.

⁴⁹ Schumpeter J.A., « Théorie de l'évolution économique », édition Dalloz, Paris, 1935.

est connu pour cette célèbre formule « *seul mérite l'appellation d'entrepreneur, celui qui bouleverse et s'organise par une destruction créatrice* »⁵⁰.

Il revient aussi sur l'entrepreneur et le risque, car il écrit que « *C'est toujours le capitaliste qui supporte seul le risque... La conception de l'entrepreneur comme celui qui supporte les risques, est incompatible avec nos idées* »⁵¹. Il apporte aussi cette distinction entre risque prévisible, et risque imprévisible ; car selon lui, le risque prévisible est liée, de facto' au cout de la production, se partageant en risque technique de la production et risque commercial ; il intègre ainsi une nouvelle dimension au risque, car il voit le risque dépendant de la compagnie d'assurance, et n'est nullement une prime ou un gain possible que l'entrepreneur crée ou gère, car a partir du moment où le risque est prévisible il peut être géré, dans le cas contraire il causera des pertes ⁵².

Ce que J.A.Schumpeter attribut à l'entrepreneur c'est « *un rôle dynamique* », car il joue selon lui, le rôle de révolutionnaire qui crée une dynamique dans le capitalisme ; c'est le réformateur de la production, celui qui grâce aux techniques inédites qu'il introduit dans le circuit de production, crée la révolution. Ainsi l'entrepreneur se définit comme celui qui engage, non moins sans risque, son capital, et s'investit complètement dans l'apport du changement dans le circuit économique, car « *il produit et vend autrement* ». ⁵³. Ce processus, que J.A.Schumpeter appelle la « *concurrence destructrice* »⁵⁴.

1.4.2. Les travaux des néo-schumpeteriens

A.C.Pigou introduit une nouvelle dimension dans l'analyse économique, celle des externalités ; il identifie ainsi deux externalités : négative et positive, dues à l'action des agents économiques. Mais d'un autre coté, ces agents tel l'entrepreneur, subissent aussi des externalités à leurs tour, des externalités créer par les marchés ; des externalités qui influent sur le revenu de ces agents⁵⁵.

Selon S.Boutiller, H.Leibenstein parle plutôt d'un entrepreneur comme « *agent économique incompris* », et il considère la firme « *comme une organisation composée*

⁵⁰ Hernandez E.M., « Le processus entrepreneurial », édition l'harmattan, avril 1999.

⁵¹ Idem

⁵² Tounes A., « L'intention entrepreneuriale », Thèse de Doctorat, université de Rouan, 2003.

⁵³ Schumpeter J.A., « Capitalisme, Socialisme et Démocratie », édition Payot, 1961.

⁵⁴ Idem

⁵⁵ Boutillier S., Uzunidis D., « L'entrepreneur : une analyse socio-économique », éditions Economica, 1995.

d'individus différents entre lesquels n'existe aucune unanimité en termes d'objectifs », distinguant ainsi dans l'activité de l'entreprise ce qui est de « *la routine, qui regarde le management, et ce qui est exceptionnel et qui constitue la véritable fonction de ce qu'il appelle les "nouveaux entrepreneurs"* ». Car l'entrepreneur coordonne les activités qui impliquent différents marchés, et les différents intervenants dans ce marché⁵⁶.

1.4.3. L'entrepreneur : opportuniste et chanceux

Selon l'école autrichienne, qui table sur l'identification du processus qui conduit vers l'équilibre économique. Cette direction d'analyse qui ne parle plus d'un prix d'équilibre, mais plutôt cherche à identifier le prix du déséquilibre. De ce fait, l'entrepreneur est identifié comme celui qui arbitrera, et apportera l'ajustement à ce mauvais prix, un rôle que l'entrepreneur remplit, grâce à sa vigilance spécifique⁵⁷.

Cette idée sera reprise par I.M.Kirzner, puisqu'il considère que l'existence de l'entrepreneur se justifie dans un contexte de déséquilibre; en prenant en exemple « *Un mauvais prix* » (du point de vue des lois de l'équilibre néoclassique), s'il est présent sur le marché, une opportunité de profit est créée, amenant ainsi, cette nouvelle dimension à l'entrepreneur. Un entrepreneur qui est qualifié, selon S.Boutillier « *comme celui qui reste attentif et vigilant à l'égard du déséquilibre, dont il tire profit ; le déséquilibre qui peut-être signe de croissance et de prospérité mais aussi de crise* »⁵⁸.

Pour argumenter cette qualité particulière spécifique à quelques individus, I.M.Kirzner ne s'en remet plus à l'économie, mais à ce qui est appelée communément « *la providence* », car il ne parvient pas à expliquer pourquoi certains individus font fortune en trouvant du pétrole, tandis que d'autres ne trouvent rien. Ainsi l'incertitude revient sur le devant de la scène, grâce à I.M.Kirzner, mais sous la forme d'une rémunération, ce qu'il appela « *le coût de l'incertitude* ». D'un point de vue scientifique, il pose le postulat que les événements liés à l'entrepreneur et sa réussite sont plutôt à examiner *ex post*⁵⁹.

⁵⁶ Boutillier S., Uzunidis D., « L'aventure des entrepreneurs », édition Studyrama, 2006.

⁵⁷ Filion L.-J., « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Revue Internationale P.M.E., vol. 10, n° 2, 1997.

⁵⁸ Boutillier S., Uzunidis D., « L'entrepreneur : une analyse socio-économique », éditions Economica, 1995.

⁵⁹ Idem

1.5. L'entrepreneur et la recherche contemporaine

1.5.1. Un acteur économique important

Après ces innombrables contributions des anciens courants économiques, sur cet agent qu'est l'entrepreneur, les chercheurs contemporains en économies ne sont pas en reste, et les apports les plus reconnus sont⁶⁰ :

- A.Shapero (1980) donne une définition à l'entrepreneur : « *l'entrepreneur est une personne qui prend l'initiative de rassembler certains moyens, dans une certaine forme et pour un certain but, elle dispose d'une certaine autonomie* » ;
- P.Drucker (1985) s'aligne sur la ligné des shumpeteriens, car pour lui l'innovation est l'essentiel de la fonction entrepreneuriale, et aussi il avance le postulat que C'est "*l'économie de management*" qui se transforme progressivement en une "*économie d'entrepreneurs*" ;
- M.Casson (1991) a qualifié l'entrepreneur comme celui qui fait fonction de coordination, s'inscrivant dans la ligné de J.B.Say.

1.5.2. L'entrepreneur à la recherche d'un but

a). La modélisation de C.Bruyat

C.Bruyat en 1993⁶¹, a présenté « une modélisation qualitative du processus d'engagement dans la création d'entreprise »⁶², démarrant sa réflexion par le postulat suivant: « *le créateur passera à une phase d'engagement lorsque le processus devient, pour lui, quasiment irréversible* »⁶³.

Le chercheur insiste sur l'importance de l'instantanéité dans l'action de l'entrepreneur, en prenant compte l'histoire et le vécu de ce dernier, ainsi que son expérience ; car la réalisation d'un projet (une création d'entreprise) se base sur plusieurs facteurs, tel sa connaissance et son intelligence, et se schéma structuré qu'il perçoit, qu'est en réalité une stratégie d'avenir. Bâtit

⁶⁰ Boutillier S., Uzunidis D., « La légende de l'entrepreneur », édition Syros, 1999.

⁶¹ Bruyat C., « Création d'entreprise : contribution épistémologique et modélisation », Thèse pour le Doctorat ès Sciences de Gestion, ESA université Pierre Mandes de Grenoble, 1993.

⁶² Un modèle régit par des conditions particulières, pour être valide, qui sont : acteur unique ou petite équipe, acte non répétitif, forte implication personnelle, un créateur salarié ou sans emploi, entreprise indépendante, activité nouvelle, pérennité recherchée, secteur privé marchand, et projet à dominante économique.

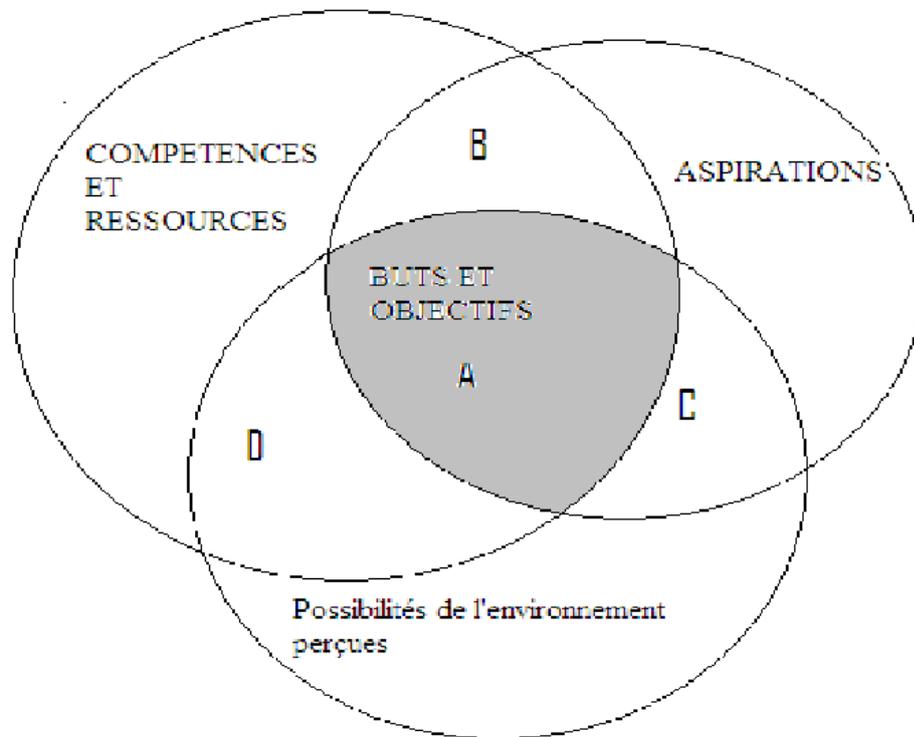
⁶³ Bruyat C., « Création d'entreprise : contribution épistémologique et modélisation », Thèse pour le Doctorat ès Sciences de Gestion, ESA université Pierre Mandes de Grenoble, 1993.

selon une perception de soi, de son environnement, et de l'information qu'il a, et ainsi C.Bruyat parle d'un entrepreneur qui agit selon sa *CSIP*, sa « *Configuration Stratégique Instantanée Perçue* »:

- La Configuration : « *une logique conjonctive plutôt qu'analytique* » selon le chercheur, avec un entrepreneur qui ne cherche pas forcément le chemin idéal, car la cohérence de son action inclue la possibilité de chemins multiples, qui peuvent lui offrir cette réussite qu'il recherche ;
- La Stratégie : l'entrepreneur selon C.Bruyat possède une stratégie, car face à l'incertitude, et d'un futur méconnue, et de possible changement dans son environnement, il envisage une stratégie à long terme ; en plus du couplage décision-action, qui s'inscrit dans l'instant, donc sur le court terme, par la recherche de l'optimisation du résultat;
- La notion d'Instantanéité : selon lui « *c'est un plan fixe tiré d'un film, d'une histoire, de contingence, d'irréversibilité...* ». Cette dernière qui conduit à la mise en œuvre d'une action suivant l'instant, sachant qu'elle comporte certains risques, vue son irréversibilité ;
- La Perception : liée plutôt à l'homme qu'est l'entrepreneur, donc différente selon les individus, car chaque entrepreneur use de ses représentations propres à lui, pour se construire un aperçu complet, basé sur une information partielle.

Pour C.Bruyat les projets sont naissants dans la zone de cohérence de la CSIP :

Figure 1 : La CSIP de l'entrepreneur d'après C.Bruyat



Source : Bruyat C., « Création d'entreprise : contribution épistémologique et modélisation », Thèse pour le doctorat ès sciences de gestion, ESA université Pierre Mandes de Grenoble, 1993.

Les résultats des travaux de C.Bruyat, sur les aspirations et les buts de ses entrepreneurs, démontrent que dans les buts économiques la réussite financière prime, et du point de vue social c'est l'obtention d'une activité, donc un emploi. Du point de vue personnel, se sont d'autres buts qui ressortent : l'autonomie, le plaisir dans l'action, et une profonde aspiration pour fonder une entreprise familiale. C.Buyat voit ses travaux s'inscrire dans la lignée de ses prédécesseurs⁶⁴ :

- J.Mérigot et J.P.Labourdette, par l'existence de buts qui ne sont pas uniquement économique ; et la considération qualitative, abordée par O.Williamson, ainsi que sa mise en exergue de la recherche de l'entrepreneur de l'indépendance ;
- M.Crozier qui dénotât le changement qu'opère l'entrepreneur selon la situation, et cela, du chemin prit ou bien de l'action.

b). L'importance du risque pour l'entrepreneur selon M.Marchesnay et P.-A.Julien

⁶⁴ Bruyat C., « Création d'entreprise : contribution épistémologique et modélisation », Thèse pour le Doctorat ès Sciences de Gestion, ESA université Pierre Mandes de Grenoble, 1993.

Les travaux de ces deux chercheurs sur la petite entreprise⁶⁵, les ont conduits vers cet acteur, apportant une part non négligeable dans le domaine de la recherche qui le concerne⁶⁶. Ils notent que : « *L'entrepreneur est le personnage clé de la dynamique capitaliste dans la mesure où il assurerait les risques inhérents au fonctionnement du marché* »⁶⁷. Donnant cette équation :

$$\text{La prime de risque} = \text{le revenu de l'entrepreneuriat} - \text{l'intérêt reçu de cet argent s'il était placé en banque}$$

Car les deux chercheurs mettent en exergue le fait est que, l'entrepreneur est souvent confronté à l'incertitude, et c'est lui qui contribue à la créer, avec un profit basé sur elle. Une ambiguïté chez l'entrepreneur, qui profite de cette incertitude et des opportunités qu'elle crée ; mais en même temps il souhaite la contrôler. Un entrepreneur ayant l'esprit d'entreprise, qu'est l'optimisation des ressources et l'innovation.

Car les deux chercheurs définissent l'innovation de la façon suivante : « *créer une entreprise différente de ce qu'on connaissait auparavant, c'est découvrir ou transformer un produit, c'est proposer une nouvelle façon de faire, de distribuer ou de vendre* »⁶⁸.

Et ils constatent les caractéristiques suivantes chez l'entrepreneur :

- ~ L'entrepreneur est un opportuniste : conquérant d'une place dans le marché. Car en fin de compte, entreprendre c'est conquérir une place sur le marché ;
- ~ L'entrepreneur est un organisateur ;
- ~ L'entrepreneur est motivé et joueur : par un amour du défit, et aucune aversion du risque et de l'incertitude.

1.5.3. Les travaux de D.Audretsch

D.Audretsch par son analyse des modèles macroéconomique des pays occidentaux, met l'accent sur le fait est que, si l'entrepreneuriat a vu des voix s'élever pour sa préservation, et cela, pour des raisons sociales et politiques, ce ne fut guère le cas, en ce qui concerne son efficacité économique ; avec des économistes et technocrates qui ne saisissaient pas le rôle que peut jouer l'entrepreneur dans une dynamique de croissance et de productivité. Et il scinde l'histoire

⁶⁵ Julien P.-A. et Marchesnay M., « La petite entreprise », édition Vuibert, 1988.

⁶⁶ Julien P.-A. et Marchesnay M., « L'Entrepreneuriat », édition Economica, 1996.

⁶⁷ Idem.

⁶⁸ Julien P.-A. et Marchesnay M., « L'Entrepreneuriat », édition Economica, 1996.

économique moderne occidentale en trois périodes : l'économie du capital(Solow), l'économie de la connaissance(Romer), et l'économie de l'entrepreneuriat⁶⁹. Pour la première période, qu'il situe après la deuxième guerre mondiale, celle qu'il qualifie d'économie du capital(Solow), elle table sur l'investissement en capital physique, qui constituait en cette période la seule clé pour une croissance économique, et de ce fait, une importance accordée à la grande entreprise ; ce que E.F.Schumacher qualifie de la recherche du gigantisme⁷⁰. Avec des entrepreneurs et des petites entreprises considérés comme moins efficace que les managers et les grandes firmes. Mais d'autres facteurs entrer comme part constituante dans les variations de la croissance, et le plus important d'entre eux, était la recherche et l'innovation, ce qui donna l'avènement de la deuxième période.

La deuxième ère économique, celle qualifiée d'économie de la connaissance(Romer), apporta plus de visibilité à l'analyse des facteurs de croissance ; avec une introduction de la connaissance dans les modèles macroéconomiques de croissance ; formalisée par Romer(1986) et Lucas(1988), car toute production novatrice nécessite de la connaissance, pour permettre sa naissance, son fonctionnement, son existence, et son évolution. L'importance que revêt cette économie se voit édifiante avec le secteur des TIC. Ainsi le changement s'en suivit dans les politiques publiques, qui inclurent la connaissance comme facteur de compétitivité, et pas des moindres ; suite à un monde qui passe d'une ère d'industrie à une ère de connaissance⁷¹.

Avec la globalisation et la révolution des télécommunications, l'entrepreneuriat connu une réémergence, et cela dans le domaine de l'innovation et de la connaissance ; car avec la globalisation ce n'est pas seulement le cout de la main d'œuvres qui connu des changements, mais aussi l'esprit de la société de consommation, qui s'installer dans les pays émergent. Aussi, elle causa la disparition des limites de la proximité, et une diffusion de la connaissance, par les nouvelles technologies. Alors que selon les théories de la connaissance, l'entrepreneuriat ne pouvait jouer un rôle important dans une économie basée sur la connaissance, par le cout élevé que demande cette dernière. Mais se dogme s'effritât avec le constat de plusieurs études menées, avec un entrepreneuriat qui montrer son rôle dans la dynamique de création d'entreprise, et de facto, de l'emploi.

⁶⁹ Audretch D. « l'émergence de l'économie entrepreneuriale », <http://www.cairn.info/revue-reflets-et-perspectives-de-la-vie-economique-2006-1-page-43.htm>.

⁷⁰ Schumacher E.F., « Small is Beautiful : une société à la mesure de l'homme », édition le Seuil, 1978.

⁷¹ Audretch D. « l'émergence de l'économie entrepreneuriale », <http://www.cairn.info/revue-reflets-et-perspectives-de-la-vie-economique-2006-1-page-43.htm>.

Un développement qui est du à plusieurs facteurs, selon D.Audretch⁷² ; tous conséquence de cette globalisation, parmi eux : **a.** le développement technologique qui réduit l'importance des économies d'échelle **b.** le changement dans la composition de la force de travail, incluant désormais, une part importante de femme et d'immigrés, plus favorables à la petite entreprise **c.** la sur segmentation des marchés, par un éloignement des biens standardisés **d.** l'externalisation d'une part de la production, de la part des grandes entreprises vers les petites entreprises, dans une recherche de diminution des couts. Ainsi l'entrepreneuriat prend une place importante en économie, plutôt comme passerelle, « parce qu'il sert de mécanique clé par lequel, la connaissance créée dans une organisation est commercialisée par une nouvelle entreprise »⁷³.

⁷² Idem

⁷³ Ibidem

SECTION II : LES DIFFERENTES TYPOLOGIES MULTIDISCIPLINAIRE

2.1 Le principe d'une typologie de l'entrepreneur

Avec l'existence d'entrepreneurs aux caractères différents déjà entre eux, la recherche sur l'entrepreneur fut investit par diverses disciplines. Car le plus difficile dans l'étude de l'entrepreneur et de son rôle, consiste à définir « *qui est un entrepreneur, ou ce qu'est un entrepreneur ?* ». Pour M.Casson, il n'existe aucune théorie de l'entrepreneur, avec la plupart des études consacrées à ce sujet, qui ne cherche pas à en donner une définition précise, mais qui cherche plutôt les caractéristiques pour l'identifier a travers des typologies⁷⁴. Ainsi le champ de l'entrepreneuriat est devenu de nos jours multidisciplinaires, observé et analysé par des économistes, des sociologues, des historiens, des psychologues, des spécialistes des sciences du comportement ou des sciences de gestion⁷⁵.

Cette dynamique scientifique se résume par l'écrit de B.Berger « *Tous nos collaborateurs – économistes, anthropologues, sociologues, politologues, spécialistes du monde de l'entreprise, s'accordent pour l'essentiel à penser qu'il n'est plus possible de cerner la fonction multiforme de l'entrepreneur dans le cadre unique de l'une ou l'autre discipline traditionnelle..., ils partagent le sentiment qu'une appréciation globale du domaine en question suppose un travail interdisciplinaire* »⁷⁶.

L'absence d'une définition précise de l'entrepreneur, qui tomberai sous un consensus général, a poussé ses chercheurs a dirigé leurs recherches autours des traits de l'entrepreneur, ou plus simplement a essayé de répondre à la question suivante : « *comment reconnaître un entrepreneur ?* ». Cela a aboutit vers une mise en lumière de plusieurs typologies caractérielles de l'entrepreneur, parfois avec des divergences de résultat, dus comme l'explique E.M.Hernandez à l'approche employée⁷⁷. Des typologies basaient ainsi sur la différenciation, entre entrepreneur statique et entrepreneur dynamique⁷⁸.

⁷⁴ Casson M., « L'entrepreneur », éditions Economica, Paris, 1991.

⁷⁵ Filion L.J., « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Cahier de recherche n° 97.01, HEC Montréal, p36 .1997.

⁷⁶ Berger B., « Esprit d'entreprise : cultures et sociétés », PUF, Les éditions Maxima, 1993.

⁷⁷ Hernandez E.M, « Le processus entrepreneurial », édition l'harmattan, avril 1999.

⁷⁸ Tounes A., « L'intention entrepreneuriale », Thèse de Doctorat, université de Rouan, 2003.

2.2. Les typologies statiques

Selon A.Tounes « *Une typologie statique est une typologie qui comprend une linéarité et une discontinuité au sein d'une même typologie d'entrepreneur. Il n'y a pas de "passerelles" entre les différents types d'une même typologie* »⁷⁹, c'est-à-dire pas d'évolution envisagée d'un type à un autre.

Nous commençons par J.Lauffer qui en 1975, qui identifie quatre types d'entrepreneur selon les motivations psychologiques et les comportements économiques, la motivation qui forme un élément de la personnalité de l'entrepreneur, identifiable dès la constitution du projet de création d'entreprise ; et cela selon une étude qui porte sur soixante créations d'entreprise, entre 1955 à 1970⁸⁰:

- *L'Entrepreneur manager et innovateur* : intéresser plutôt par une dynamique de croissance, et qui ne rechigne pas à donner le pouvoir à ses subordonnés ; détenteur de diplôme de grande école, et ayant déjà une expérience dans de grande entreprise ;
- *L'Entrepreneur propriétaire* : il applique un mode de gestion sous son contrôle et sa domination ; intéressé par une évolution pour son entreprise, mais nullement au dépend de l'indépendance de cette dernière ; généralement il crée son entreprise à la suite d'un parcours comme subordonnés, et son niveau d'instruction n'est pas élevé, et ayant connu un échec scolaire;
- *L'Entrepreneur technicien* : il voit son évolution liée au fait de l'atteinte d'un maximum de productivité-efficacité, et son autonomie comme patrons lui garantie le pouvoir ;
- *L'Entrepreneur artisan* : son cas est spécifique, par rapport à son sentiment envers son rôle autant qu'entrepreneur, il est des fois ambiguës ; car à l'encontre des autres types d'entrepreneurs, sa joie il ne la perçoit pas dans son rôle d'entrepreneur ; cependant il accorde aussi de l'importance à l'autonomie, mais seulement afin de garder son entreprise dans le sésail familiale.

J.Lorrain et L.Dussault dans leurs études sur des entreprises manufacturières établies depuis un semestre environ, et cela, dans quatre régions du Québec, optent pour la voie empirique des typologies basées sur des caractéristiques psychologiques, ainsi que sur des

⁷⁹ Tounes A., « L'intention entrepreneuriale », Thèse de Doctorat, université de Rouan, 2003.

⁸⁰ Lauffer J., "Comment on devient entrepreneur ?", Revue Française de Gestion, n° 2, p. 11-26, novembre 1975.

comportements de gestion qui font l'évolution de l'entreprise. Ils distinguent deux groupes prédominants d'entrepreneur, les "artisans" et les "opportunistes"⁸¹. Et cela dans la même optique de N.R.Smith (1967)⁸²:

- *L'Entrepreneur artisan* : avec une éducation limitée, détenant une formation technique, ne cherchant pas à composer avec son environnement, se méfiant des emprunts, avec un comportement paternaliste avec les employés ;
- *L'Entrepreneur opportuniste* : instruit, et actif socialement, compose mieux avec son environnement, très bon communicant, plutôt partant pour un développement de son affaire.

Pour S.Boutiller et D.Uzunidis deux catégories d'entrepreneur s'opposent⁸³ :

- *L'Entrepreneur révolutionnaire* : ne s'opposant nullement à la nouveauté et le changement, avec des connaissances et un niveau d'instruction assez élevés ; nullement réfractaire à l'ouverture de son capital et le partage de pouvoir, et qui est révolutionnaire par sa recherche de l'innovation ;
- *L'Entrepreneur routinier* : avec un esprit de solidarité accru, réfractaire majoritairement au changement, que se soit dans la composition du capital de l'entreprise, ou bien dans l'organisation et le fonctionnement de cette dernière.

H.H. Stevenson distingue deux entrepreneurs⁸⁴:

- *L'entrepreneur Promoteur* : sa principale qualité c'est qu'il croit en lui-même, attentif au bouleversement qui affecte son environnement, d'un opportunisme qui lui confère la capacité, hors son entreprise, de profiter des affaires qui peuvent se présenter à lui, ainsi il est réactif et intelligent, passant du fait qu'il est expérimenté ; cherchant efficience et efficacité, et tablant sur le contact direct avec les composantes de son entreprise, et cela, au lieu d'une hiérarchisation rigide, ce qui le pousse à être créatif et inventeur ;
- *L'entrepreneur Gestionnaire* : c'est un entrepreneur qui peut être qualifié de trop rationnel, essayant de calculer tout, et cela au détriment de la rapidité dans l'action et la réaction, et qui est assez stable et formel dans l'organisation de son entreprise.

⁸¹ Lorrain J., Dussault L., « Les entrepreneurs artisans et opportunistes : une comparaison de leurs comportements de gestion », Revue Internationale P.M.E, vol.1, n° 2, p. 157-176.1988.

⁸² Hernandez E.M., « Le processus entrepreneurial », édition l'Harmattan, avril 1999.

⁸³ Boutillier S., Uzunidis D., « L'entrepreneur : une analyse socio-économique », éditions Economica, 1995.

⁸⁴ Stevenson H.H., « Les six dimensions de l'entrepreneur », L'art d'entreprendre, Village Mondial, p. 23-27. 1998.

Se rapprochant ainsi de la typologie de F.H.Knight⁸⁵ qui distingue trois genres d'entrepreneur :

- *L'Artisan-inventeur* : voulant développer un nouveau produit (partant dans la ligné de N.R.Smith) ;
- *Le Promoteur* : assez compétant dans le domaine commercial, dans la vente et aussi dans le marketing ;
- *Le Gérant-général* : coordinateur, réunissant les éléments et les connaissances extérieurs pour la création ;

2.3. Les typologies dynamiques

Quand une typologie n'est pas figée, par des créateurs d'entreprise, qui peuvent passer d'une catégorie à l'autre, elle est nommée typologie croissance-autonomie pour E.M.Hernandez⁸⁶, caractérisée par son aspect dynamique et ainsi nommée selon A.Tounes⁸⁷.

Une croissance établit dans une petite entreprise, doit causer des effets, ses effets sur l'entreprise peuvent-être, ou bien des changements organisationnels, ou bien avoir un impact sur l'entrepreneur lui-même, ce dernier qui se voit muer et se transformer. Car selon A.Tounes « Les "mutations" entre divers types d'une même typologie peuvent émaner de l'entrepreneur lui-même, ou être provoquées par des facteurs tels que la croissance du marché ou la découverte de nouvelles opportunités »⁸⁸.

Quatre principaux types de chefs d'entreprise sont distingués par P.A.Julien⁸⁹ :

- *L'Entrepreneur* : il a cette capacité de réunir les capacités d'un organisateur, et est capable de prendre des risques ;
- *L'Innovateur* : plutôt réfractaire au risque ;
- *L'Entrepreneur technicien* : peut être qualifié de gestionnaire à la recherche d'une stabilité, même si cela cause des performances assez moyenne;
- *Le Manager* ou le professionnel : structuré, et structurant son organisation, très stratège, et a la recherche de la stabilité.

P.A.Julien note la possible transformation d'un type à l'autre, et cela selon l'évolution des objectifs viés par l'entrepreneur en question..

⁸⁵ Hernandez E.M., « Le processus entrepreneurial », édition l'Harmattan, avril 1999.

⁸⁶ Idem.

⁸⁷ Tounes A., « L'intention entrepreneuriale », Thèse de Doctorat, université de Rouan, 2003.

⁸⁸ Idem.

⁸⁹ Julien P.-A., « Les PME: Bilans et perspectives », édition Economica, 1994.

La détermination de l'interaction entre les buts économiques et les choix stratégiques, est la base de cette typologie proposée par P-A.Julien et M.Marchesnay. Ils proposent ainsi cette typologie, en partant du principe qu'il existe trois grandes aspirations socio-économiques chez l'entrepreneur⁹⁰ :

- La Pérennité de son entreprise ;
- L'Indépendance : l'autonomie surtout dans la prise de décision ;
- La Croissance : la volonté de puissance et désir de pouvoir.

Ils distinguent ainsi, d'après la logique d'action, deux grands types d'entrepreneurs :

- *Une logique d'action patrimoniale (PIC)* : par une recherche d'accumulation de patrimoine et une minimisation de la prise de risque, cela au détriment de la rentabilité. Elle est répondeuse dans les affaires familiales, avec une sous capitalisation apparente ;
- *Une logique d'action entrepreneuriale (CAP)* : elle se situera dans les activités turbulentes, évolutives, donc privilégiant la croissance forte, c'est-à-dire, prendre plus de risque, avec une recherche de l'autonomie de la décision, pas forcément celle du capital. La pérennité n'est pas sa préoccupation.

Un "CAP" peut évoluer vers un "PIC" lorsque son entreprise devient mature et identifiable dans le marché. Les deux auteurs reconnaissent des limites de leur apport. Car ces typologies trouvent leur vérification dans les cas ultime, ou bien extrême.

Pour L.-J. Filion six cas de figure sont distinguables⁹¹:

- *Le Bûcheron*: selon L.-J. Filion c'est le genre le plus fréquent, il se distingue par investissement totale de sa personne, avec des convictions hors du commun, inébranlable, et il est généralement très ambitieux ; il ne délègue que très rarement, jugeant que nul ne pourra réaliser ce qu'il réussit à faire, ce genre d'entrepreneur peut devenir « missionnaire » ;
- *Le Séducteur*: maître de la communication et du relationnel, attentif et très apte à analyser son environnement, ceci inclut clients et concurrents ; il aime la rapidité dans l'action, et cela pour une large mesure ; ce type d'entrepreneur peut muer et devenir un « Sportif » ;

⁹⁰ Julien P.-A. & Marchesnay M., "L'entrepreneuriat", édition Economica, 1996.

⁹¹ Filion L.-J., "Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances", Revue Internationale P.M.E, vol. 10, n° 2, p. 129-172. 1997.

- *Le Sportif* : il commence par la structure de soi, par une activité sportive ; sa dimension autant qu'entrepreneur il ne la perçoit qu'à travers une recherche d'indépendance, et par le fait qu'elle lui fournit la possibilité de s'émanciper, et de ce fait lui fournit le temps de s'afférer à autre chose ; généralement issu d'une famille aisée, même parfois entrepreneuriale ; il suit plutôt les fluctuations, par un investissement de soi dans l'activité entrepreneuriale dans les moments de forte nécessité ;
- *Le Vacancier*: c'est celui qui alterne entre un emploi, en général, et son investissement est total pour la réussite de son entreprise, caractérisé par sa lenteur en ce qui concerne les décisions stratégiques; sa façon d'être et de remplir les deux fonctions : employé chez d'autre et patron de sa propre entreprise, fait qu'il est plus amène à muer vers un autre type d'entrepreneur ;
- *Le Converti*: il se voit entrepreneur, car c'est synonyme de réussite en ce qui le concerne, car il ne perçoit la réussite que par cette existence là, ce qui explique généralement son implication totale ; il s'accapare le contrôle et peut muer et devenir « *Missionnaire* »;
- *Le Missionnaire*: c'est un « *Converti* » qui connaît la maturité, avec une vision de soi qui évolue avec le temps, passant d'une recherche d'utilité personnelle, vers une recherche d'utilité sociale ; sa vision de l'homme sociale, il essaie de l'appliquer dans son entourage familiale et au sein de son entreprise, ce qui lui confère un esprit collectif, créant ainsi une dynamique d'implication des gens qui travaillent avec lui, ce qui l'aidera dans sa mission, et automatiquement favorisera sa réussite autant qu'entrepreneur ; exemplaire téméraire, solidaire, c'est l'entrepreneur que certains qualifient de parfait, et d'autre comme vraiment très rare.

Pour E.M.Hernandez, la simplification excessive, utilisée dans la majorité des typologies, l'en conduit vers une typologie « Croissance-Autonomie », distinguant quatre catégories principales de créateurs⁹² :

- *Le Manager*: c'est celui qui passe d'employé à entrepreneur-propriétaire, et il se conçoit comme cadre plutôt qu'entrepreneur ; très instruit, il hiérarchise selon les organigrammes connus et établis, plutôt que selon l'utilité ; le développement de son entreprise est un objectif, ce qui fait qu'il est enclin à devenir « *Entrepreneur* »;
- *L'Entrepreneur* : son devenir comme entrepreneur qui réussit est son but, sa victoire ; il croit en la croissance mais pas à n'importe quel prix, donc, pas au détriment de son autonomie, plus enclin à devenir « *Manager* »;

⁹² Hernandez E.M., « Le processus entrepreneurial », édition l'Harmattan, avril 1999.

- *L'Artisan-TPE*: « l'Artisan et le Très Petit Entrepreneur », artisan par sa maîtrise de son métier, et du mode de production ; son entreprise est petite, ce qui est qualifié de TPE (très petite entreprise), se rapprochant d'une entreprise familiale, mais cet artisan peut devenir *Entrepreneur* ;
- *L'Exclu*: c'est celui qui crée son entreprise pour créer son emploi, aussi il est le plus muable vers les autres types d'entrepreneur ; sa relation avec sa fonction est vitale, en même temps, vue son inexpérience, il structure son entreprise informellement au départ.

2.4 Synthèse des typologies : à la recherche d'une typologie idéale

Partit dans une recherche d'une typologie idéale, celle des entrepreneurs qui réussissent, la plupart des chercheurs s'accordent sur le fait est que, les qualités d'un entrepreneur qui réussis sont difficilement rassemblées en une seule personne. Et les qualités pour faire un entrepreneur idéal, sont si nombreuses, que peu de personnes en sont vraiment dotées, car selon A.Marshall : « *La condition de capacité borne le nombre de gens qui offre le travail d'un entrepreneur* »⁹³.

H.Leibstein en 1968, annonce cette remarque « *que les qualités entrepreneuriales sont un talent rare et pas toujours réunies en un seul individu ou au sein d'une même entreprise* »⁹⁴. G.Gilder nous rapporte cette déclaration pertinente de R.Simplot, un milliardaire, que « *Sur les entrepreneurs, sur leur personnalité et sur leur action, il n'y a ni idée généralisable ni prévision possible. Ce sont parfois des savants, parfois des artistes, parfois des artisans ; le plus souvent ce sont des chefs d'entreprise* »⁹⁵. La complexité de l'acteur, et l'identification difficile de ses caractéristiques se résume par la phrase de P.Drucker : « *... En plus de vingt ans de carrière, je n'ai pas rencontré une seule personnalité d'entrepreneur. J'ai en revanche vu des individus de personnalité et de tempérament les plus divers réussir parfaitement dans leur démarche d'entrepreneur* »⁹⁶.

La construction des typologies d'entrepreneur sont le résultat, si en prend en considération les notes de W.B.Gartner, d'un constat selon lequel il est plus facile de les distinguer entre eux, que de les définir par rapport à d'autres groupes qu'il qualifie de Non-

⁹³ Tounes A., « L'intention entrepreneuriale », Thèse de Doctorat, université de Rouan, 2003.

⁹⁴ Boutillier S., Uzunidis D., « L'entrepreneur : une analyse socio-économique », éditions Economica, 1995.

⁹⁵ Gilder G., « L'esprit d'entreprise », édition Fayard, Paris, 1985.

⁹⁶ Drucker P., « Les entrepreneurs », éditions Lattés, 1985.

Entrepreneurs⁹⁷. Des typologies qui prennent des formes différentes selon la discipline qui l'établit, car elle prône plutôt des caractéristiques liées à son champ de recherche

A.Tounes écrit *« nous constatons avec les auteurs ... qu'il n'existe pas d'idéaltype d'entrepreneur. Cependant, l'approche typologique nous aide à mieux appréhender les principaux acteurs de l'entrepreneuriat : les créateurs d'entreprise et les entrepreneurs. Sa dimension dynamique a le mérite de retracer de façon plus fidèle la genèse de l'activité entrepreneuriale »*⁹⁸.

Et parmi ses synthèses contemporaines, nous notons les travaux de S.Boutillier et C.Fournier en 2006, qui ont recensé dans un tableau, les classifications les plus pertinentes sur l'entrepreneur, et cela selon une approche historique, cette synthèse qui ne fait aucune distinction entre ses typologies, seulement du point de vue de leurs dates de parution.

⁹⁷ Tounes A., « L'intention entrepreneuriale », Thèse de Doctorat, université de Rouan, 2003.

⁹⁸ Tounes A., « L'intention entrepreneuriale », Thèse de Doctorat, université de Rouan, 2003.

Tableau n°1 : Typologies des entrepreneurs selon S.Boutillier et C.Fournier

Auteurs	Entrepreneur-artisan	Entrepreneur (autres typologies)
Collins et Moore (1964 et 1970)	Entrepreneur-innovateur : orientation technique	Entrepreneur-administrateur : orientation organisateur
Smith N. (1967) basées sur le niveau d'éducation et la formation	Entrepreneur-artisan : éducation limitée, peu instruit, formation et expérience essentiellement technique, homme d'atelier, peu de compétences de gestion, peu habile pour composer avec son environnement, peu sociable, paternaliste, se méfie des emprunts, travaillé à son propre compte, propriétaire, d'une petite entreprise.	Entrepreneur opportuniste : plus instruits, plus actif socialement, mieux intégré dans son environnement, meilleur communicateur, capable de déléguer, cherche avant tout à agrandir et à développer l'affaire qu'il a créée, veut construire une véritable organisation
Laufer (1975)	Entrepreneur-artisan : professionnel-indépendant, refus de la croissance au nom de valeurs traditionnelles, recherche en priorité de positions protégées sur le marché, de l'indépendance personnelle et d'un avantage financier, survie. Souvent fils d'artisan, homme d'un seul produit, préfère la sous-traitance à l'innovation, son entreprise doit s'adapter aux besoins de la famille	Entrepreneur-propriétaire : favorable à une croissance maîtrisée, conservation de l'autonomie financière. Entrepreneur-technicien : refus de la croissance, conservation de l'autonomie.
Knight (1983)	Artisan-inventeur : motivé par l'innovation	Promoteur : coordinateur, organisateur.
Ettinger (1983)	Indépendant-entrepreneur : désir d'autonomie, indépendance, délègue peu, faiblesse organisationnelle (créé une « pseudo-entreprise »)	Entrepreneur-créateur d'organisation : volonté de pouvoir, ambitieux, délègue.
Marchesnay et Julien (1987 et 1996) : - Pérennité-indépendance croissance (PIC) - Croissance-autonomie pérennité (CAP)	PIC : logique patrimoniale : pérenniser son affaire, indépendance financière, préférence de l'autofinancement, croissance non prioritaire (artisan « réactor »)	CAP : croissance, développement de son affaire, mobile, individualiste. Fait travailler l'argent des autres conserve l'autonomie de la décision. Ouvert sur son environnement.

Source : Boutillier S., Fournier C., « Artisanat, La modernité réinventée », édition Broché, 2006.

SECTION III : L'ENTREPRENEUR ALGERIEN

3.1. L'entrepreneur algérien d'avant l'indépendance à 1990

Selon A.Nadir, les origines des patrons algériens demeurent un mystère, sont ils des héritiers de terres ? Car 4% des propriétaires de terre avant l'indépendance, étaient des algériens, avec une possession de 40% des terres agricoles⁹⁹. S'ajoutant à cela ceux qui ont commercé le long des frontières, et ceux qui après guerre ont profité de leurs postes pour s'enrichir¹⁰⁰. L'origine de l'entrepreneur demeure un facteur important, chez les chercheurs en entrepreneuriat. Mais l'approche qu'ont eu ces derniers diffère de l'un à l'autre c'est pour cela, que nous avons opté pour une distinction entre ces travaux, par une dichotomie selon une approche historique.

3.1.1. La transformation sociale chez M.Boukhobza

L'analyse de M.Boukhobza publiée en 1989¹⁰¹, est établit sur le changement qu'a connu la société algérienne depuis 1953, jusqu'à 1980, dans cette publication le chercheur aborde l'entrepreneur algérien, avec une approche historique. Il explique par une étude de statistique l'évolution qu'a connue l'entrepreneur algérien durant cette période, par une distinction d'avant et après indépendance.

a). Avant l'indépendance de l'Algérie en 1962

M.Boukhobza insiste que sur le plan économique, les européens contrôlaient la majorité des richesses du pays, il écrit aussi que « les algériens n'en étaient pas totalement dépourvus, concernant « *le pouvoir économique absolu* », c'est-à-dire la part des richesses contrôlées par l'une et l'autre des deux communautés ».

⁹⁹ Nadir A., « Le mouvement réformiste algérien et la guerre de libération nationale », revue d'histoire magrébine N°4, 1974.

¹⁰⁰ Merzaka A., « Le secteur prive et la croissance en Algérie », Thèse de Doctorat, université Batna, 2007.

¹⁰¹ Boukhobza M., « Ruptures et transformations sociales en Algérie », édition OPU, 1989.

1. Les disparités socioprofessionnelles intercommunautaires

⇒ *Par l'accès aux moyens de production agricoles*

M.Boukhobza note qu'en 1962, les 8/10 de la population algérienne étaient rurale, la différenciation se faisant grâce aux moyens de production qui prenait la forme de *la terre et le cheptel*. Lors du recensement agricoles, en compté 630.732 exploitation appartenant à des musulmans et détenant 7.349.100 hectares, contre 22.037 exploitations européennes étalées sur 2.726.700 hectares.

Ces micro-proprétaires qui composer les 2/3 du monde agricole algérien, ce que le sociologue qualifie de « *Bourgeoise agricole invisible* ». La différence avec le colon, consiste dans la nature des terres qu'ils exploitent, car les bonnes terres étaient de facto, la propriété du colonisateur ; ajoutant a cela le mode de production et d'exploitation, car le colon utilisé des moyens plus important et plus technique, que celle usitées par le petit exploitant algérien.

⇒ *Par l'accès aux autres moyens de production*

Selon M.Boukhobza « l'accès aux autres moyens de production résulte en premier lieu d'un transfert des richesses de l'agriculture en direction des autres secteurs ». Il relève que l'effectif des indépendants et employeurs non agricoles algériens est le double de celui recensé chez les européens, avec une notable différence de la population des deux communautés lors du recensement général d'octobre 1954. Ce qu'il a permis de produire le tableau N°2.

Avec des entrepreneurs que ce soit dans l'industrie ou le commerce, qui se recrutent chez les catégories « industriels » et autres commerçants (commerçants de gros), et les autres groupes se répartissent en très petits employeurs (employant de 1 à 5 salariés) et indépendants. Il fait ainsi une distinction entre ceux qui ont 15 employés et plus, et les autres.

Tableau n°2 : Répartition des patrons employant plus de 15 personnes selon les branches d'activité

Branche d'activité	Européens		Algériens	
	NB	%	NB	%
Industrie extractive	1	0,3	0	-
Transforme .des métaux	49	13,3	0	-
Matériaux construction.	59	16,0	5	11,9
Produits chimiques	10	2,7	2	4,8
Industrie alimentaires	140	37,9	19	42,2
Habillement	35	9,5	10	23,8
Autre	75	20,3	6	14 ,3
<u>Total</u>	369	100	42	100

Source : Boukhobza M., « Ruptures et transformations sociales en Algérie », édition OPU, 1989, page 33.

Et il distingue ainsi, les catégories d'entrepreneurs suivantes :

- a- Patron sans autre indication (professions insuffisamment spécifiées) ;
- b- Artisan ;
- c- Patron pêcheur ;
- d- Commerçant (sans aucune indication) ;
- e- Petit commerçant ;
- f- Industriel ;
- g- Autres commerçants.

2. Une communauté algérienne disparate

⇒ Une dichotomie entre le milieu urbain et le milieu rural

Ce qui est à distinguer dans le cas de l'Algérie, c'est que le phénomène de migration intérieure, selon M.Boukhobza « n'est pas le résultat d'un transfert de la population active du secteur agricole vers le secteur industriel », mais plutôt c'est la conséquence d'une spoliation des terres, opérée par le colonisateur, et cela, au détriment des autochtones ; et ce flux de migrant n'a pu nullement être absorbé par la faible industrialisation qui existait.

Car il note que « l'activité agricole mobilise d'une manière ou d'une autre, plus de 90% de la population active », donc ceux qui mobilisés la plus grande partie de la force de travail, n'étaient nullement autres, que ces propriétaires fonciers agricoles ; mais l'intérêt de cette classe

ne se limiter pas seulement au monde rurale, car il pouvait arriver qu'une partie d'entre-deux investissent dans l'économie urbaine, grâce au surplus réalisé en agriculture, et même parfois s'installe en ville.

⇒ *Le cas des patrons et indépendants non agricoles*

M.Boukhobza remarque sa faiblesse numérique. Ce groupe composé de 11,5 % de la *population active en milieu urbain* et seulement 2,2%, et cela en milieu rural, présente une répartition similaire pour les deux milieux. Ce qu'a fait que, *l'activité commerciale* est dominante ; suivie de *l'activité artisanale*, alors que chez les patrons d'industrie, le commerce et la pêche, ne dépasse pas le palier de 2% de l'ensemble. Ce que note le sociologue, c'est que les artisans, étonnamment, sont plus nombreux en milieu rural, mais des employeurs avec des unités de production plus grandes, sont plus important en ville.

Tableau n°3 : Répartition des patrons et des indépendants non agricoles (1954)

Activités	Urbain (u)	Rural(r)	%		U/R
			U	R	
Patrons et industriel	898	931	2,1	1,7	1,24
Artisans	8892	14734	20,6	27,2	0,76
Commerçants	32927	38465	76,3	71,1	1,07
Total	42717	54130	100	100	100

Source : Boukhobza M., « Ruptures et transformations sociales en Algérie », édition OPU, 1989, page 86.

b). Après l'indépendance

1. La restructuration du champ social

Le chemin que l'Algérie a suivis après l'indépendance, était guidé par une idéologie inspirer, à l'époque, de l'URSS, avec un Etat intervenant en tout secteur, que ce soit économique ou culturelle. Car il écrit « *L'évolution du processus de salarisation s'est caractérisée par un rythme de plus en plus rapide en raison de l'industrialisation accélérée et d'une politique de lutte contre le chômage, cela aux dépens bien souvent, de la recherche d'une efficacité économique* ».

Enfin, M.Boukhobza met en exergue des annotations, car après l'indépendance, il existait un « *vide social* » due au départ des européens, qui a été vraisemblablement remplacé avec des algériens, qui se sont intégrer dans « *des activités d'encadrement, de commandement, et dans le tertiaire noble (enseignement-santé-banque-assurance)* » selon une dynamique qu'il qualifie « d'extraordinaire ». Car pour M.Boukhobza « *Le processus de hiérarchisation a du même être clairement établi, l'enjeu social consistait durant toute la première décennie de l'indépendance à occuper les postes de responsabilité situés alors, par la force des choses, essentiellement dans l'appareil administratif et politico-militaire* ».

Car il parle « *d'une force de travail utilisée dans le secteur productif en raison de la marginalité de se dernier* », ne prétendant nullement à l'autonomie, avec une acceptation populaire, due au fait que, l'Algérie traversait une dure période, déjà noté avant l'indépendance ; avec un chômage chronique, et une situation sociale très difficile, que quelque part, cette solidarité sociale, en diminuer les effets.

2. L'irruption des employeurs et la stagnation des indépendants

M.Boukhobza note que « *Le capital privé va se constituer à l'ombre de l'économie étatique qui n'a cessé pourtant d'en nier son existence durant les années 70et 60* ». Car s'agissant d'une « sous-population », en ce temps la, l'auteur fait quelques observations :

- Qu'il est très difficile pour cette période, de 1962 à 1980 d'avoir des informations précises sur le nombre des employeurs, car l'Algérie avait décidé le rejet, et cela par analogie a l'idéologie étatique, de toute forme de capitalisme, et cela par voie officielle, car l'employeur privé est considéré comme ennemie du peuple;

- M.Boukhobza écrit que « *les limites de l'appareil statistique n'accroissent pas les possibilités de contrôle, de recoupement et d'investigation ; ce qui oblige à émettre des hypothèses sur certains aspects particuliers* »;
- Le monde agricole et la difficile mission, qu'est l'estimation des chiffres qui le concerne, qualifiée comme insoluble selon l'auteur.

D'après l'analyse de l'auteur, les patrons ont connu une véritable décroissance, que se soit dans le domaine de l'agriculture, ou bien au niveau des autres secteurs. Car selon M.Boukhobza « *en 1980 lors d'une enquête par sondage qui a porté sur plus de 10.000 ménages répartis à travers l'ensemble du pays, il a été dénombré un plus grand nombre* ». Ceci pousse l'auteur à prendre des réserves concernant les statistiques fournies en 1977, car elle ne relate pas le nombre réel de ces employeurs ; et il constate cependant les points suivants :

⇒ *Evolution générale du poids des indépendants et employeurs*

En matière de chiffre, « *l'effectif des activités non salariées* » a connu une évolution, et cela est démontré par ce qui suit:

- 1954 : 599.100
- 1960 : 539.200
- 1966 : 529.000
- 1977 : 480.500
- 1980 : 652.700

Tableau n°4 : Evolution des effectifs des indépendants et employeurs non agricoles (rythme d'évolution annuelle) (1954-1980)

Année	1954	1960	1966	1977	1980
Effectif	120.00	210.800	171.500	225.000	241.200

Source : Boukhobza M., « Ruptures et transformations sociales en Algérie », édition OPU, 1989, page 149.

Une bonne partie de ces indépendants, entre 1960 et 1966, s'est convertit en employés au service de l'Etat, occupants des postes tels : chauffeurs, agents communaux, ... Car selon M.Boukhobza « *il fallait attendre le code des investissements de l'année 1966¹⁰², pour assister à un regain d'intérêt vis-à-vis du capital privé national* ». Car ils ont été différenciés des salariées,

¹⁰² Ordonnance 66-284, 15/09/1966

car selon lui « *parce qu'ils sont tous à des titres divers, possesseurs de capitaux ou de moyens de travail et non parce que leurs intérêts respectifs sont nécessairement et antagonistes à ceux des salariés* ».

Tableau n°5 : Evolution du nombre d'employeurs non agricoles entre 1954 et 1980

Année	1954	1966	1977	1980
Nombre employeurs	900	8200	8800	22.100

Source : Boukhobza M., « Ruptures et transformations sociales en Algérie », édition OPU, 1989, page 152.

Il fait remarquer que « *si l'on se réfère à d'autres sources, on s'aperçoit en fait que les déclarations fournies par cette catégorie de population lors du recensement de 1977, sont bien en deçà de la réalité* ». Car l'auteur note que l'enquête « Industrie et BTP » des années 1979/1980, produits les résultats suivants :

- 8.761 entreprises de 11 à 4 salariés
- 4.611 entreprises de 5 salariés et plus

Tout ceci amena M.Boukhobza à dire « *que les niveaux d'accroissement sont beaucoup moins heurtés lors des différents périodes ; mais ce qui est intéressant à souligner c'est, malgré tout, un rythme d'accroissement important sur l'ensemble de la période puisque les employeurs se sont accrus entre 1954 et 1980 selon un taux annuel de plus de 13%* ». Et il note que sur la même période, le taux d'accroissement annuel « *des travailleurs intellectuels supérieurs* » connu une croissance de 17%, les « *cadres subalternes* » de 14,8% et celui des « *travailleurs manuels qualifiés* » dépassa les 6%.

Son constat est édifiant, sur le fait que les employeurs privés sont le deuxième groupe qui a connu une croissance, après celui des encadrés, qui demeurerait considérable. Et il insiste sur la survie de cette catégorie « *Ni l'intervention massive du secteur public, ni les tracasseries de tous genres que ce secteur a régulièrement connues pour s'équiper, s'approvisionner en matières premières et pièces détachées, n'ont empêché son renforcement continu, sa place est bien sur fort variable d'un secteur à un autre* ».

⇒ *L'évolution des indépendants non agricoles*

Pour lui cette classe a connu une crise, et cela à l'inverse de ce qui vient d'être constaté auparavant. Avec des problèmes liés à l'approvisionnement (rareté des produits, multiplication des sociétés nationales ayant le monopole de l'approvisionnement ...). Avec une absence évidente d'une stratégie pour l'artisanat, de quel forme qu'il soit ; et un Etat décideur, l'artisan ne se retrouve plus, car l'Etat décide même pour les prix ; mais sa priorité est envers la classe des encadrés et les grandes entreprises d'Etat, et cela sans tenir compte de la fragilité de cette classe d'artisan

Mais ce qui est à remarquer, c'est que l'auteur insiste qu'à la différence des artisans, les employeurs sont qualifiés d'antagonistes, parfois par l'Etat, mais connaissent une expansion indéniable. Ainsi il note que « *le dernier recensement général de l'agriculture de 1973, a pu démontrer que 569.200 agriculteurs ayant déclaré exploiter d'une manière ou d'une autre un lopin de terre de plus de 1 ha , à ce chiffre il faut ajouter tous les éleveurs « sédentaires et nomades » n'ayant pas de terre ,soit au total un peu plus de 610.000 « fellah », or le recensement général de la population réalisé 3 ans plus tard , estime cette population à 300.000 (y compris les éleveurs) ».*

3.1.2. Les travaux de J.Peneff

Publiée en 1981, cette étude sur des entrepreneurs algériens spécialisés dans l'industrie¹⁰³, reste une référence dans la recherche historique sur l'entrepreneuriat en Algérie, partons du fait de l'importance de l'étude sur les origines de ces acteurs (leurs origines professionnelles avant de devenir industriels, et celles de leurs parents). Ils présentent trois catégories de patrons, qu'il identifie : *les anciens négociants, les anciens commerçants et employés, et les anciens ouvriers.*

Il note, à travers cette étude, l'importance des activités et les origines commerçantes et artisanales, sur la création d'une entreprise industrielle. Avec les 2/3 des parents de ces industriels qui étaient des commerçants, et 80 % de ces industriels qui étaient eux même commerçants ; les autres d'origine professionnelle différente, soit 20%, ont eu leurs parents, pour la moitié d'entre eux, qui étaient des commerçants.

¹⁰³ Peneff J., « Industriels algériens », CRESEM-CNRS, Paris, 1981.

a). *Les anciens-négociants*

Composés de patrons issus pour la plupart, du sud et sud-est algérien ; originaire de grande famille, intervenant dans le commerce au Maghreb, qui était bâti sur le troc, et qui remonte bien loin avant la colonisation française. Issus de famille, parfois dénommée « *Chorfa* », ayant la reconnaissance des gens pour leurs savoirs. En majorité, fils de négociant ou de propriétaire foncier. En majorité d'origine rurale, plutôt provinciaux qu'originaires de grandes villes.

Et la nature de leur activité, a fait qu'ils n'étaient pas de grands propriétaires, ce qu'a fait que l'administration coloniale n'a pu spolier leurs avoirs. Car ils préféraient l'achat de petits ateliers et commerces dans les villes, plutôt qu'une exploitation agricole. Avec une instruction élevée, avec tout d'abord 42 % scolarisés dans des écoles françaises :

Tableau n°6 : L'instruction chez les anciens négociants (en pourcentage)

Total	Non-scolarisé	Primaire sans C.E.P	Primaire avec C.E.P	Secondaire	Supérieur
100	18	25	15	35	7

Source : Peneff J., « Industriels algériens », CRESM-CNRS, Paris, 1981, page 51.

Ainsi, la plupart ont suivis seulement l'enseignement coranique dans des médersas, ne terminant cette formation religieuse qu'à partir de l'âge de 15 ans ; s'intégrant de fait dans la corporation familiale, comme associés. Et il distingue leurs origines par le tableau suivant :

Tableau n°7 : L'origine sociale des anciens négociants (en pourcentage) : Emploi du père

Total	Négociant Fabriquant Propriétaire foncier	Commerçant Artisan	Fonctionnaire Cadre Employé	Ouvrier Contre-maitre	Fellah petit- agriculteur
100	55	38	7	0	0

Source : Peneff J., « Industriels algériens », CRESM-CNRS, Paris, 1981, page 39.

Appliquant le système musulman pour la gestion rationnel de leurs avoirs, par des prêts contrôlés, et des caisses d'entraides ; ils ont pus créer un réseau qui maintenait leurs influences, et par ce fait, leurs activités, leurs permettant par la suite, avec une indépendance imminente, d'acquérir les biens des européens qui vendaient et quitter le pays.

b). Les anciens commerçants et employés

Originaire de famille de classe moyenne, possédant des terres qui ne dépassant pas les 20 hectares, et qui ont acquis l'expérience dans le commerce durant la période coloniale. Ils avaient comme caractéristiques, le fait est que, dès qu'ils atteignirent la maturité, de quitter la campagne pour venir s'installer dans les grandes villes, comme leurs parents, pour ouvrir des petits commerces, avec un intense mouvement après la fin de la deuxième guerre mondiale. S'adonnant aussi à la vente dans les marchés ruraux. Cette catégorie s'appuie sur le travail en famille, originaire de Ghardaïa (Mozabites), et de la Kabylie, connus pour être des marchands ambulants.

A la suite de l'indépendance, eux qui étaient spécialisés dans le commerce dans les hameaux et les petits villages, ils se sont retrouvés avec une fortune qui ne pouvait être employé dans le commerce comme au par avant, pour les raisons suivantes : La peur de la nationalisation de leurs avoirs, la réduction du bénéfice dans le commerce et une meilleur perspective bénéficiaire qui s'annoncer dans le domaine industriel, en plus du fait qu'ils étaient opposés au fait de déposés leurs argents dans les institutions bancaires.

S'intéressant dorénavant au secteur de la production, ne délaissant pas pour autant le secteur commercial, avec ses petits commerces qui représenter le tiers des commerçants musulmans dans les villes à la veille de l'indépendance, cette catégorie qui privilégie le bénéfice, connaîtra une transformation dus au changement que le pays connaissait.

Tableau n°8 : L'origine sociale des anciens commerçants et employés : Emploi du père (en pourcentage)

Total	Négociant Fabriquant Propriétaire foncier	Commerçant Artisan	Fonctionnaire Cadre Employé	Ouvrier Contre-maitre	Fellah petit- agriculteur
100	0	68	11	10	11

Source : Peneff J., « Industriels algériens », CRESM-CNRS, Paris, 1981, page 39.

La nature de l'activité de cette catégories demande une certaine instruction, avec seulement 12% qui n'ont pas étudié dans les écoles françaises, cette recherche d'instruction est due, au fait que, les parents avaient les moyens d'assurer cela.

Tableau n°9 : Le niveau d'instruction chez les anciens commerçants et employés (en pourcentage)

Total	Non-scolarisé	Primaire sans C.E.P	Primaire avec C.E.P	Secondaire	Supérieur
100	12	28	12	42	6

Source : Peneff J., « Industriels algériens », CRESM-CNRS, Paris, 1981, page 68.

Avec leurs instructions, et le capital qu'ils ont accumulé avant l'indépendance, ils ont optés vers le secteur industriel et productif après l'indépendance, par la création de PMI, avec même des contrats de partenariat avec des étrangers.

c). Les anciens ouvriers

Cette catégorie se compose de deux ensembles : des employés dans des entreprises de colons, qu'elles soient agricoles ou autres, et des travailleurs à l'étranger. Leur travail au près des européens leur a permis d'accumulé un capital d'expérience. Elle constitue pour J.Peneff un aspect original du capitalisme algérien.

S'ajoutant a cela, une situation assez confuses, après indépendance; avec une fuite des propriétaires européens de l'Algérie, ce qui a permis a cette catégories d'ouvrier, d'acquérir ses unités de production, qu'elles soient industrielles ou autres, à de bas prix. L'analyse de J.Peneff des statistiques de 1976, montrent qu'ils y eurent 4000 exploitants de ce genre¹⁰⁴, concentrés dans la confection pour la plupart d'entre eux, avec un effectif d'employés qui ne dépasse pas les 5. En ce qui concerne le niveau d'instruction de cette catégorie, il se résume par le tableau suivant :

Tableau n°10 : Le niveau d'instruction chez les anciens ouvriers (en pourcentage)

Total	Pas de scolarisation	Scolarisation sans diplôme	Diplôme primaire	Collège-lycée-technique	supérieur
100	31	33	12	22	2

Source : Peneff J., « Industriels algériens », CRESM-CNRS, Paris, 1981, page 83.

Cette majorité de non instruits, ou ayant le minimum d'instruction, a subit un parcours professionnel assez typique de l'époque « *a sept ou huit ans, ils commencent déjà à travailler,*

¹⁰⁴ Collections statistiques, caractéristiques socioéconomiques des pays du grand Maghreb, ONS, n°10, 1988.

accumulant l'expérience depuis leurs jeunes âges, n'ayant aucun problème à effectuer n'importe quelle tâche qui leurs est attribuée »¹⁰⁵. Et leurs origines se résument dans le tableau suivant :

Tableau n°11 : L'origine sociale des anciens ouvriers : Emploi du père (en pourcentage)

Total	Négociant Fabriquant Propriétaire foncier	Commerçant Artisan	Fonctionnaire Cadre Employé	Ouvrier Contre-maitre	Fellah petit- agriculteur
100	0	35	0	33	32

Source : Peneff J., « Industriels algériens », CRESM-CNRS, Paris, 1981, page 39.

Une catégorie, qu'il qualifie d'opportunistes, profitant du cadre historique, qu'était l'indépendance, et la fuite des européens, et le cadre légal, par une facilitation à l'acquisition, trouvant le capital au près du réseau familiale. Des entrepreneurs profitant de la crainte de la bourgeoisie envers les investissements industriels et manufacturiers, de peur d'un législateur qui annoncer la primauté à la propriété public.

¹⁰⁵ Sayad A., « Les trois âges de l'émigration algérienne », Actes de la recherche en sciences sociales, 1977.

3.1.3. L'entrepreneur au service de la confrérie

Dans cette contribution publiée en 1993¹⁰⁶, A.Henni met en valeur les motivations réelles du patron (l'entrepreneur), partons de cette remarque « *La performance sur le marché des biens et services produit la performance sur le marché des situations sociales, en retour une bonne situation sociale favorise la performance sur le marché* ». Car A.Henni note que la réussite du patron est liée à la position sociale qu'il occupe au milieu de la société. Néanmoins, il fait une distinction entre l'entrepreneur industriel et l'autre qu'il qualifie de « *Cheikh* ».

a). L'entrepreneur « *Cheikh* »

A.Henni met l'accent sur, le fait est que, les motivations du patron ne sont pas aux dépens des motivations mercantiles, car le patron cherche la position sociale qui lui donnera cette dénomination de « *Cheikh* ». En lui attribuant les qualités suivantes :

- Un entrepreneur qui doit être un homme religieux de bonnes mœurs, lié à son environnement plutôt qu'à son entreprise et ses employés ; mais en même temps, il se construit une position au milieu de ses employés, par des actions de solidarité qui sont représentées par la « *Zakat* », par des aides à ceux qui veulent se marier, ou faire le pèlerinage...etc. L'auteur insiste sur le fait est que, « *le patron doit être un cheikh avant d'être capitaliste* » car pour lui c'est l'idéal type ;
- Un entrepreneur à la recherche d'une consolidation des réseaux confrériques, d'abord par, un recrutement familial et au sein du réseau de connaissance, car cela lui confère une meilleure position sociale, donc un meilleur marché. C'est un entrepreneur qui rend compte à la confrérie, car se prestige au sein de cette dernière qui permet la réussite de ses affaires, par un accès au plus grand nombre de client, l'oblige à être très attentif à la confrérie, et ses besoins de solidarité.

Mais les changements dans le milieu institutionnel, par l'avènement de l'indépendance qui vint en 1962, ne sont pas un danger pour l'existence de cet acteur autant que « *Cheikh* », car selon A.Henni « *le « Cheikh moderne » est celui qui, plongé dans le système bureaucratique et les rapports salariaux, réussit à en assurer le fonctionnement sur le mode confrérique, créant la communauté d'intérêt avec ses travailleurs* ».

b). Un entrepreneur face à l'Etat industriel

¹⁰⁶ Henni A., « Le cheikh et le patron », édition OPU, 1993.

Il parle de l'existence d'une technocratie, à la quelle, l'entrepreneur fait face. « *Avec des révolutionnaires qui auront pour tâche de détruire tout ce qui est différent d'une économie industrialisée productrice de capital* », ces sociétés différentes, car selon lui elles « *seront alors déclarées illégitimes au regard d'une légitimité chronologique, avec cette idée que l'industrie doit être planifiée, rationalisée, non-archaïque, moderne évolutive, progressive* ».

Cette conception du développement rejette donc les pratiques sociales traditionnelles, elles sont dès le départ condamnées à disparaître, ou a existé sous formes « *informelles* ». Ces entrepreneurs survivants, qui créèrent un réseau informel entre eux, permettant à l'entreprise de mieux se débrouiller.

Pour le nouveau entrepreneur industriel, il s'inscrit dans une recherche de pouvoir, car pour lui l'industrie représente la meilleure façon d'être prêt des hautes sphères, et ainsi d'y appartenir, ce qu'a fait naître une nouvelle classe de bourgeoisie nationale.

3.2. L'entrepreneur algérien après les réformes des années 90's

3.2.1. L'entrepreneur urbain et rural (A.Bouyacoub, S.Badrani)

Deux études séparées publiées sur l'entrepreneur en 1997, donnaient vraiment le démarrage à une multitude de recherche sur l'entrepreneur algérien, qui avait comme but d'établir un profil de cet acteur économique.

a). L'entrepreneur rural selon S.Badrani

L'enquête de S.Badrani¹⁰⁷, qui portait sur un échantillon d'entrepreneurs possédant des moyens de production, et ayant une activité commerciale déclarée, un ensemble d'entrepreneurs hétérogène ; au total 59 enquêtés dans un milieu rural (Daira de Brida, Willaya de Laghouat) avec l'agriculture comme principale activité pour la majorité d'entre eux (80% des interrogés), que sa soit en activité unique ou avec des activités combinés. Ses entrepreneurs enquêtés, ont conduit le chercheur vers le profil suivant :

- Un entrepreneur jeune, avec 28% ayant moins de 35ans et 70% ayant moins de 50ans, ayant un niveau de scolarité très bas de 19%, mais une alphabétisation de 58%, ce qui nous fait déjà remarqué un changement de profil chez l'entrepreneur algérien par rapport a ceux identifié par M.Boukhobza avant et après indépendance,
- Des entrepreneurs à majorité d'origine agricole (avec 84% des parents agriculteurs) ;
- Des entrepreneurs possédant des entreprises de création récente, et de nature familiale, ou individuelle ;
- Des entrepreneurs qui n'ont pas recours a la bancarisation (rarement, car seulement 10.17% d'entre eux y on recourt), même avec un manque de moyens financier ils ont peu recours au circuit de financement formel ;
- Un entrepreneur qui s'appuie sur son milieu familiale, que sa soit pour le financement ou pour le recrutement des employés ;
- Un entrepreneur qui a un revenu aléatoire, due aux aléas de la météo, ce qui explique qu'ils se sont orientés à 81%, vers l'ajout d'autres activités.

b). L'entrepreneur urbain d'A.Bouyacoub

¹⁰⁷ Badrani S., « Nouveaux entrepreneurs dans la transition à l'économie de marché : les entrepreneurs ruraux », cahiers du CREAD n°40, pages 5-19, 2ème trimestre 1997.

Le chercheur met l'accent sur, le fait est que, une nouvelle catégorie d'entrepreneur a vu le jour, à la suite des réformes des années 90's, et que ce mouvement n'est qu'au début de son processus. Par une enquête qui a porté sur 20 nouveaux entrepreneurs dans la ville d'Oran, il fait ressortir le profil suivant¹⁰⁸ :

- Les nouveaux entrepreneurs sont jeunes, rejoignons par ces résultats S.Badrani ; un nouveau entrepreneur jeune qu'il soit citadin ou rural ;
- Un niveau de scolarisation très élevés, avec 85% de ses interrogés scolarisés, et 55% universitaire, une différence avec le monde rural exploré par S.Badrani ; mais l'entrepreneur Algérien voit son niveau d'instruction qui s'élève par rapport à ses aïeux ; avec une longue expérience acquise dans le secteur public, pour un grand nombre d'entre eux ;
- Un entrepreneur originaire d'un milieu familial favorable ;
- Une nouvelle logique apparaît chez cet entrepreneur « *investir du capital pour plus de capital* », même si cela veut-dire, avoir recours à des associés ; avec cette phrase « *la transition vers la nouvelle forme d'entreprise est en marche, lentement mais elle existe* » ;
- Un entrepreneur qui a recours souvent à l'informel, que ce soit par une fausse déclaration du capital de son entreprise, la non-déclaration des employés, la non-facturation...etc.

Pour A.Bouyacoub l'entrepreneur algérien est hétérogène, comme son homologue occidental, mais le gain avec risque est accepté, ce qui représente une évolution dans le mode de fonctionnement de l'entrepreneur algérien.

¹⁰⁸ Bouyacoub A., « Les nouveaux entrepreneurs en Algérie en période de transition : la dimension transnationale », cahiers du CREAD n°40, pages 105-119, 2ème trimestre 1997.

3.2.2. La transformation chez l'entrepreneur rural

Dans cette enquête dans le monde rural à Boghni sur 15 entrepreneurs¹⁰⁹, la recherche visée à mettre en évidence les motivations, qui poussent vers la création d'entreprise. Les premières constatations de l'enquête sont les suivantes :

- Une moyenne d'âge de 38ans, et une expérience avérée ;
- Un niveau d'instruction élevé, avec 46.66% d'universitaire, et 0% d'analphabète ;
- L'importance de la formation dans la création, avec les 2/3 de ses entrepreneurs qui ont créé leurs entreprises, en accord avec leurs domaines de formation.

Mais l'apport de cette publication se situe ailleurs, car elle identifie de nouveaux traits de caractères à l'entrepreneur, et aussi insiste sur l'importance de son environnement :

- L'esprit d'autonomie et d'initiative, avec plus de 73% qui ont quitté leurs emplois pour créer leurs entreprises ;
- La recherche de la reconnaissance de la société, avec 60% qui sont fiers de leur action, et un sentiment d'appartenance à la communauté;
- Un gout prononcé au risque mais calculé ;
- Un acteur provenant d'un environnement familial d'entrepreneur, et recourant souvent au financement au près d'eux;
- Un entrepreneur qui prend la voie de l'imitation dans la création d'entreprise ;
- Un entrepreneur membre d'un réseau, qui naît grâce à la proximité.

3.2.3. L'entrepreneur algérien et l'informel

L'étude de Y.Hamed en 2002¹¹⁰, sur le financement de 429 micros entreprises en Algérie, a permis de faire une typologie des entrepreneurs, en fonction de la nature des activités (formelles et informelles) selon 3 critères : l'immatriculation de l'activité au registre de commerce, la tenue de comptabilité et l'acquittement des impôts.

¹⁰⁹ Souidi R., Ferfera M.y, Akrouf T., « Les entrepreneurs, le territoire et la création d'entreprises : enquête à Boghni », cahiers du CREAD N° 51, page 45-70, 1^{er} trimestre 2000.

¹¹⁰ Hamed Y., « Le financement de la micro-entreprise au Maghreb : cas de 429 micro entrepreneurs algériens » - Cahier du GRATIS n°22 - Université Paris XII . 2002.

L'étude démontre, qu'une grande majorité des entrepreneurs exercent une activité mixte, qui se décline du formel à l'informel en quatre classes :

- Les formels ;
- Les formels non enregistrés ;
- Les formels informels ;
- Les informels purs.

Cette étude a démontré que la majorité des dirigeants ont recours à la finance informelle, en réponse à la rigidité du secteur bancaire, incapable de répondre à leurs demandes de crédit. Car selon lui « *les lourdeurs bureaucratiques, la corruption et l'absence d'un cadre juridique souple et transparent sont des facteurs qui dissuadent les entrepreneurs de sortir de l'informel* ».

3.2.4. Les caractères socioprofessionnels des entrepreneurs hommes et femmes en Algérie

A. Gillet s'est employés a travers deux enquêtes distinctes, publiées entre 2002 et 2003, a présenté un profil de l'entrepreneur algérien, en tenant compte de la différence socioprofessionnelle entre femme et homme.

a). *Les entrepreneurs algériens de sexe masculin*

Une enquête sociologique¹¹¹, menée au printemps 2002, en Algérie, au près d'entrepreneurs exerçant tant en milieu urbain, qu'en milieu rural, dans divers secteurs d'activités et représentatifs de l'ensemble de la population des entrepreneurs algériens, lui a permis, de construire une typologie d'homme entrepreneurs.

Elle note, le fait est que, plusieurs logiques entrepreneuriales existent, basées sur les trajectoires socioprofessionnelles et les motivations des entrepreneurs. Elle distingue d'abord deux genres d'entrepreneurs : des patrons d'anciennes entreprises (des entreprises des années 70) et les nouveaux entrepreneurs (à partir des années 90), émergents grâce aux différentes réformes économiques que l'état s'est employé à faire.

A travers cette étude elle produit la typologie suivante, selon leurs origines :

- L'entrepreneur cadre ;

¹¹¹ Gillet A., « les entrepreneurs algériens créateurs de petites entreprises : un groupe hétérogène entre logiques sociales, domestiques et logique économique capitaliste » cahiers du CREAD, 2003.

- L'entrepreneur héritier ;
- L'entrepreneur migrant ;
- L'entrepreneur issu d'ancienne PME ;
- L'entrepreneur ouvrier.

b). Les entrepreneurs algériens de sexe féminin

Lors d'une deuxième enquête¹¹², sur un échantillon de femmes entrepreneurs en Algérie, avec l'objectif d'établir les caractéristiques des situations des femmes créatrices et chefs d'entreprise. Elle note d'abord, que les femmes chefs d'entreprise représentent un groupe minoritaire et privilégié, car l'entrepreneuriat féminin en Algérie se trouve face à des barrières culturelles et dogmatiques, et que les performances des entrepreneurs femmes ne diffèrent pas des performances des entrepreneurs hommes, seulement elles sont soumises à des secteurs restreints d'activité. Elle met aussi l'accent sur les valeurs culturelles fortes comme le collectivisme, et sur l'absence de vision entrepreneuriale en majorité chez elles.

3.2.5. Les influences culturelles sur des comportements managériaux d'entrepreneurs algériens

Dans une recherche, portant sur l'influence culturelle propre au contexte algérien, K.Assala et A.Tounes en 2007 ont étudié le cas de 12 jeunes entrepreneurs algériens dans le secteur des services, le fruit de cette recherche était le profil suivant¹¹³ :

- La dette morale de l'entrepreneur envers sa famille, et cela est du à l'apport effectif de cette dernière en « *numéraire et en nature* » lors de la phase de construction du projet ;
- L'entrepreneur algérien a « *une tendance collectiviste* », qui se manifeste ainsi, par la mobilisation des ressources humaines lors de la phase de démarrage ; avec un recrutement au près de sa famille et ses amis, dans la phase de démarrage;
- Des entrepreneurs souples et flexibles, qui tiennent compte des besoins de leurs entourage familiale et amicale, et aussi des besoins de leurs employés ; le cadre de vie et sa qualité, peut prendre une dimension importante chez eux, ce qui fait qu'ils « *font ainsi preuve d'une forme de "féminité" manifeste* », cherchant une ambiance de travail agréable et positive ;

¹¹² Gillet A., « L'entrepreneuriat des femmes en Algérie : dynamiques économiques et sociales, motivations et trajectoires socioprofessionnelles », CNAM-GRIOT, Paris, 2003.

¹¹³ Assala.K., Tounes A., « Influences culturelles sur des comportements managériaux d'entrepreneurs algériens », 5ème congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat - Sherbrooke - Canada - Octobre 2007.

- Un entrepreneur qui a aussi une dimension masculine, par le respect des traditions, et des statuts sociaux ;
- L'équité homme-femme, n'est pas tellement importante pour ces entrepreneurs ;
- Un entrepreneur qui a une perception négative de l'environnement institutionnel ;
- Un entrepreneur qui par La manière de gérer les conflits au travail, met à nu « *l'influence d'une dimension culturelle importante* » ;
- Un entrepreneur qui fait marcher son entreprise sans management du système d'informations ;
- Des jeunes entrepreneurs qui manquent de vision, il cherche de ce fait, le profit immédiat (management réactif).

3.2.6. Une proposition de synthèse sur les entrepreneurs algériens

Dans son doctorat sur le secteur privé¹¹⁴, A.Merzak en 2007 identifie les nouveaux entrepreneurs comme étant un ensemble de professionnels dans les secteurs de l'industrie et des services, issus du secteur public. Qui ont eu cette capacité à prévoir l'importance qu'aller prendre le secteur privé après la phase de transition des années 80. C'est une catégorie de néo-entrepreneurs.

A l'issu des réformes des années 1980, et le changement de cap de l'état, avec un passage du dénigrement du secteur privé, et une économie administrée, vers une restructuration du secteur public, et de ses entreprises ; ainsi qu'un nouveau code d'investissement, accordant plus de champ d'action aux secteurs privés. L'antagonisme envers la classe des propriétaires c'est renforcé par le fait du changement, ce qui a conduit vers une croissance très lente de cette catégorie.

Une catégorie qualifiée de bourgeoise, opportuniste profitant de l'état économique du pays, qui avait un secteur public affaibli, et désorganisé ; servant de support social plutôt qu'économique. Il note sur l'entrepreneur algérien les points suivants :

- Le niveau d'instruction et de formation des entrepreneurs industriels algériens reste bas, ils ont plus acquis de l'expérience, plutôt que suivis des formations ; et leurs origines familiales sont disparates, dues aux différents changements de politique d'Etat qu'a connu l'Algérie ;
- Les néo entrepreneurs sont plutôt le fruit de l'échec du secteur public, qu'a la réussite du secteur privé ;

¹¹⁴ Merzak A., « Le secteur prive et la croissance en Algérie », Thèse de Doctorat, université de Batna, 2007.

- La bourgeoisie d'avant guerre, fut le principal facteur d'existence et de réussite des petites industries d'après guerre ;
- La possession d'ateliers et de petites unités de production, aux lieux des grandes usines, caractéristiques des entrepreneurs commerçants et travailleurs ;
- L'entrepreneur algérien à plus des qualités de commerçant, qu'industriels ;
- L'entrepreneur issu de l'environnement étatique est plus amène à être un bon industriel.

3.2.7. L'entrepreneur algérien dans le Maghreb

Lors d'une table ronde de la fondation casablancaise du Roi Abdul-Aziz Al Saoud¹¹⁵, qui a eu comme objectif, de rassembler des chercheurs économistes, sociologues et dirigeants ; dans l'optique de mieux appréhender la place et le rôle du chef d'entreprise dans les pays du Maghreb. Avec un apport de Geoffrey Bouquot qui concerne l'entrepreneur dans le Maghreb.

Il fait le constat suivant, selon lequel, des nouveaux entrepreneurs virent le jour, avec la privatisation du secteur public. Avec un Etat qui monopolise l'accès au crédit, avec ses entreprises qui s'octroient 90% du crédit recensé ; ainsi que le microcrédit, hors programme ANSEJ et CNAC, qui est pratiquement inexistant. Il note aussi, que la création d'entreprise reste un parcours du combattant. G.Bouquot tentât aussi de donner deux typologie celle concernant l'entrepreneur algérien et une autre sur l'entrepreneur maghrébin.

a). Une typologie de l'entrepreneur maghrébin :

- Le spéculateur : attiré par les opportunités, le gain le plus rapide, plutôt que par le statut, qu'être entrepreneur confère ;
- L'homme de paille : c'est le sbire caché des hommes de pouvoir, qui sont généralement véreux ; qu'ils utilisent pour cacher le fait que ces entreprises leurs appartiennent ;
- Le protégé : comme l'homme de paille, il est lié aux hautes sphères, politiciens et hommes de pouvoir ; son cercle de connaissance le rend favoriser par rapport à d'autres ; et il est très présent dans le Maghreb ;

¹¹⁵ Bouquot G.,Table ronde à paris organisée par l'IFRI (Institut Français des Relations Internationales) et le CESEM (Centre d'Etudes Sociales, Economiques et Managériales) avec le soutien du Groupe OCP ,10 octobre 2009.

- L'héritier : dans la lignée des typologies connues chez les occidentaux, c'est l'évolution de celui qui hérite d'une affaire ; ce dernier qui peut devenir entrepreneur, manager, ou bien capitaliste ;
- Le capitaine d'industrie : très rare par leurs nombre dans le Maghreb, mais présent quand même, et cela depuis l'avènement de l'indépendance des pays qui le compose ; persévérant, opportuniste, il est surtout volontariste ;
- L'artisan : avec ces pays qui voient en lui un acteur qui fait partie du folklore, due à leur recherche du progrès, l'artisan existe et a toujours existé, et son importance économique et sociale n'est pas à renier ;
- L'innovateur : c'est l'espèce rare dans le Maghreb, et c'est la preuve qu'entre discours et réalité sur le terrain, ces pays ne lui accordent pas le cocon qui favorisera sa naissance.

b). Une synthèse sur l'entrepreneur algérien

Ce que l'auteur note c'est que « *L'entrepreneur est nécessairement, cet autre qui oppresse dans l'imaginaire politique algérien, y compris durant les années 80, et avec la pétrolisation de l'économie, le chef d'entreprise n'a pas rempli son rôle de créateur d'emploi dans l'opinion publique* ». Avec une société n'accorde pas de confiance à l'entrepreneur, car après trente ans de socialisme et de procédure, qui font que la vision de l'entrepreneur tarde à se rectifier. Et un Etat protecteur et entrepreneur, qui était la philosophie qui habitait longtemps l'Algérie. Ainsi l'entrepreneur en Algérie a lui sa propre typologie :

- L'ancien fonctionnaire ;
- Le contraint : c'est celui qui est à la recherche d'un emploi, assurant plutôt de petits boulots ;
- Les immigrés : c'est ceux qui reviennent pour essayer leur chance en Algérie, car ils n'ont pas réussi ailleurs, et parfois même par opportunisme, en essayant de profiter de procédures que l'Etat a mis en œuvre ;
- Les héritiers d'anciennes grandes familles : c'est le retour des grandes familles, vers cette tradition entrepreneuriale ;
- Les jeunes entrepreneurs : plutôt un phénomène social, soutenus par l'ANSEJ (Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes), manquant d'expérience, et s'engageant par opportunisme.

Ces différentes recherches présentées, qui tourne autour de l'entrepreneur algérien, montrent un passage chez les chercheurs, d'une analyse des statistiques, à une étude sur le terrain, à la recherche d'un profil.

CONCLUSION

A travers ce premier chapitre, nous avons présenté la place occupée par cet acteur économique, qu'est l'entrepreneur dans la recherche économique à travers l'histoire; il ressort que l'entrepreneur a un parcours et des caractéristiques (éducation, expériences techniques de management ou entrepreneuriales, tissu relationnel, des aptitudes tel la ténacité, l'esprit d'initiative et de compétition, capacité d'adaptation, attitude face à l'innovation et au risque, engagement personnel...).

De ces caractéristiques, les chercheurs, adoptant chacun ses critères, donnent les différentes typologies des entrepreneurs, un entrepreneur-administrateur, inventeur, innovateur, promoteur, opportuniste, créateur ... Ou qui peut à la fois réunir ses différentes caractéristiques, ce que certains appellent l'entrepreneur idéal.

Et l'entrepreneur algérien ne sort pas du lot, car partant de M.Boukhobza¹¹⁶ à la synthèse de la conférence de Paris¹¹⁷, l'entrepreneur algérien rassemble beaucoup de ces caractéristiques ; un entrepreneur qui a un vécu particulier : opprimé par le colonisateur, pointé du doigt par une idéologie révolutionnaire, enchaîné dans sa performance par les réglementations ; il a survécu et reprend le rôle qui lui est dû, comme levier de création de richesse, et un moteur pour la mécanique économique algérienne, qui est en perte de vitesse.

L'entrepreneur est avant tout un créateur, car par son engagement il crée une entité, l'entreprise. Cette entreprise peut revêtir plusieurs formes : une grande organisation, une moyenne entreprise, une petite entreprise, ou bien une très petite entreprise, celle qui est appelée communément une micro-entreprise. Ce qui nous pousse vers une autre optique interrogative : est ce que cette très petite entreprise est aussi difficile à identifier et définir que son créateur ? Et qu'en est-il de la TPE (Très Petite Entreprise) algérienne ? et son environnement ?

¹¹⁶ Boukhobza M., « Ruptures et transformations sociales en Algérie », édition OPU, 1989.

¹¹⁷ Bouquot G., Table ronde à Paris organisée par l'IFRI (Institut Français des Relations Internationales) et le CESEM (Centre d'Etudes Sociales, Economiques et Managériales) avec le soutien du Groupe OCP, 10 octobre 2009.

Chapitre 2 :

***La TPE, une composante économique
importante***

INTRODUCTION

L'entreprise est par excellence, un agent de croissance et de progrès ; sa vitalité et son dynamisme déterminent la prospérité générale ; sa créativité engendre le progrès technique et toutes ses promesses. P.Woot écrit : « *La vigueur et la santé des entreprises constituent de toute évidence un objectif majeur des sociétés modernes* »¹¹⁸.

En Algérie la création d'entreprise ne représente pas seulement un moyen de lutte contre le chômage et l'exclusion, mais également une source très importante d'innovation. Elle est considérée comme la solution à tous les maux auxquels la société et l'économie sont confrontées, et c'est ce qui explique l'intérêt de l'Etat pour les mesures destinées à stimuler l'esprit d'entreprise¹¹⁹.

C'est pour cela que ce chapitre abordera le fruit de l'action de l'entrepreneur, dans notre cas la TPE (la très petite entreprise), par une approche historique des différentes contributions scientifiques qui la concerne. Suivra une rétrospective sur les changements qu'a connu le secteur des TPE-PME en Algérie, de l'indépendance à nos jours, et une présentation des chiffres qui la concerne, et concerne l'économie régionale où elle évolue.

¹¹⁸ Woot P., « Pour une doctrine de l'entreprise », édition le seuil. 1968.

¹¹⁹ Ait Ziane K. et Ait Ziane H., « Territoire et entrepreneur innovateurs: Cas de l'Algérie », Centre Universitaire de Khémis –Miliana, Algérie Colloque International : « Création d'entreprises et territoires » Tamanrasset : 03 et 04 Décembre 2006.

SECTION I : LA TPE UNE ENTITE COMPLEXE

1.1 La TPE dans la recherche scientifique

1.1.1. Une entité déjà remarqué aux Etats-Unis et au Japon

La reconnaissance de l'importance des TPE-PE (la très petite entreprise et la petite entreprise), et en particulier par leurs contributions à l'emploi et à l'innovation, s'est fait progressivement mais assez rapidement; on la retrouve aux Etats-Unis lesquels, malgré leurs attraits pour la grande dimension ont pris le départ relativement tôt dans cette direction¹²⁰, par trois dates importantes pour cette forme d'entreprise. Mais tous d'abord au Japon :

a). La création du MITI

Le Japon fut le premier en 1948, a développé des politiques pour soutenir la petite entreprise, car l'économie de marché nipponne est organisée par l'Etat. Et avec la création en 1949 du Ministère du commerce international et de l'industrie (MITI), elle dote le Japon d'un instrument de coordination, qui définit les secteurs prioritaires qu'il protège de la concurrence internationale. Tablant sur une intégration aux échanges internationaux, et une économie dirigée vers l'exportation.

b). Le Small Business Act (1953)

Le principe de base qui y est affirmé est celui de la libre concurrence et de la libre entreprise, d'où la nécessité d'aider la petite entreprise à ce faire une place face aux géants de l'économie américaine. L'esprit de ce texte et ses principales dispositions sont illustratifs d'une culture imprégnée de l'esprit des pionniers, et par là profondément «*entrepreneuriale*». La disposition principale de la loi est la création d'une agence spécialisée et indépendante, la *Small Business Administration* (SBA), placée directement sous l'autorité du président des Etats-Unis, et dirigé par un administrateur à profil d'entrepreneur, nommé par le président après l'approbation du sénat, avec une direction centrales à Washington et 70 bureaux à travers les Etats-Unis, et elle a pour fonctions ¹²¹:

- L'assistance financière, accordée le plus souvent de manière indirecte, par le biais d'un programme de garantie des emprunts ;

¹²⁰ Verstate T. et Saporta B., «Création d'entreprise et entrepreneuriat », édition l'ADREG, 2006.

¹²¹ fr.wikipedia.org/wiki/Small_Business_Act

- Un large accès au conseil, fourni soit directement par les agents de la SBA, soit par des cadres bénévoles retraités ou des cadres en activité, soit par la prise en charge du paiement de consultants extérieurs affectés à la résolution d'un problème spécifique de gestion ou de production ;
- L'aide à l'accession des petites entreprises aux marchés publics. A cet effet la SBA exerce une pression très active sur les agences fédérales et autres organismes d'achats publics pour qu'un pourcentage satisfaisant des appels d'offres leurs soit dévolu ;
- Facilite l'accès à l'information via des guichets accessible par téléphone ;
- Organise la défense des petites entreprises, en créant un *Office of Advocacy*, chargé de se faire l'avocat de la petite entreprise américaine face au Congrès.

c). *Le célèbre ouvrage « Small is Beautiful »*

Dans deux des dix neuf essais qui composent « Small is Beautiful »¹²², E.F.Schumacher allé à l'encontre des penseurs de l'époque qui prôner ce qu'il appelle « *l'idolâtrie du gigantisme* ». en plus du fait est que, cet ouvrage envoi un message très critique envers la pensée économique, et sa recherche de pragmatisme, sur le dos de tous ce qui est humains ; il remarque la prouesse d'Alfred Sloan à la Général Motors, qui a été, de structurer cette entreprise gigantesque, pour en faire en réalité, une fédération de sociétés de taille a peu près raisonnable. E.F.Schumacher écrit « *le monolithe fut transformé en un ensemble bien orchestré d'unités vivantes* », semi-autonomes, possédant chacune son dynamisme propre et son propre sens de la réussite, et il ajoute « *alors que nombre de théoriciens, qui paraissent n'avoir pas les pieds sur terre, idolâtrent toujours le gigantisme, on rencontre dans le monde ou nous vivant des esprits pratiques, terriblement désireux de tirer profit, autant que faire se peut, des agréments de l'humanité et de la maniabilité de la petitesse, et qui agissent dans ce sens* ».

Avec cette phrase assez logique que « *les organisations doivent imiter la nature qui ne permet a aucune cellule de devenir trop importante* » une vision des choses connue dans les agences de communication. Dans certaine entreprise les projets étaient transformés en mini entreprises. E.F. Schumacher était en avance sur son temps. Tout en travaillant à l'office national britannique du charbon, il a crée l'*International Technology Development Group*, et a conseiller des pays du tiers monde en matière de problèmes économiques.

¹²² Schumacher E.F., « Small is Beautiful : une société à la mesure de l'homme », édition le Seuil, 1978.

Cette constatation on la retrouve chez des chercheurs en entrepreneuriat, T.Verstate écrit «*La remarque de Schumacher donna ses arguments, par les pays qui sont dans la voix de l'industrialisation, car a travers le petit qui nécessite peut d'investissement financier, le chômage sera résorbé, et la valeur ajoutée créer* »¹²³.

d). Les études de David L.Birch sur leurs contributions à l'emploi

Cette étude faite entre 1969 et 1976, a fait apparaitre l'importance de la petite entreprise (aux Etats-Unis, une PE est une entreprise de moins de 100 salariés), qui avait contribués à la création de 81% des emplois. L'importance des entreprises petites, et très petites était évidente pour les américains¹²⁴. Une tendance confirmée par suite, en 1982, le nombre d'établissement de moins de 100 employés était de 88,3% au total, et de 79,2% dans le secteur manufacturier. Ces établissements comptaient, respectivement, 39,5% et 22,8% des emplois (23% et 9,5% pour les entreprises de moins de 20 employés)¹²⁵. Les anglo-saxons dans le cas de la petite entreprise, ont été précurseurs, à l'instar de la recherche dans le champ entrepreneurial.

¹²³ Verstate T. et Saporta B., «Création d'entreprise et entrepreneuriat », édition l'ADREG, 2006.

¹²⁴ Birch D.L., « La création d'emplois en Amérique : Comment nos petites entreprises mettent le plus de gens au travail », édition Free PR, 1987.

¹²⁵ The state of small business. A report to the President, Washington, Mai 1985.

1.1.2. Une économie mondiale en mutation

L'économie mondiale a connu une période de croissance sans commune mesure avec celle du passé, vécue pendant près de trente années, entre 1944 et 1973, se terminant avec l'avènement du choc pétrolier. Cette forte croissance économique des pays développés que Jean Fourastié¹²⁶ a appelé « les Trente Glorieuses »¹²⁷, et les Américains les « Golden Decades ». Pendant cette période, de très nombreux économistes, et des dirigeants d'entreprise, avaient avancé l'idée selon laquelle l'évolution du capitalisme ne pouvait marcher en couple avec une structure archaïque telle que la petite entreprise.

Et cela par la concentration industrielle et l'expansion du tertiaire, ainsi que le développement des monopoles, avec l'ouverture des marchés internationaux. Ce qui a accentué la recherche permanente des gains de productivité, et une meilleure organisation du travail. Mais dès le début des années 70, le constat était là, le nombre des petites entreprises connaît une croissance, alors que les autres formes d'entreprise suivent le chemin contraire. Et l'analyse des données plus récentes montre que la contribution de ses petites entreprises à l'emploi est importante¹²⁸.

Il semble que ses entreprises, de par leur souplesse structurelle, ont été à même de s'adapter aux évolutions du marché et de profiter de la segmentation des marchés en croissance. Ajoutons que ce comportement semble le fait de régions dynamiques, dont l'économie n'est pas monopolisée par les grands établissements (régions pas trop urbanisées mais pas trop rurales non plus). Pour que les régions connaissent un tel dynamisme, il faut toutefois certaines conditions. Dans le premier cas, il faut par exemple un marché de bases suffisamment important, sinon un marché d'exportation hors région disponible et une main-d'œuvre qualifiée. Dans le deuxième cas, il faut des entrepreneurs potentiels qui acceptent de foncer, enfin, il faut des capitaux de risques, un réseau d'information dynamique, une conjoncture favorable, etc.

Mais il existe aussi un autre facteur important, les changements de politique des grandes entreprises, optant pour des stratégies de PMisation et d'essaimage, pour une meilleure efficacité. Par exemple, par le système de franchise ; n'oublions pas la sous-traitance, qui reste

¹²⁶ Fourastié J., « Les trente glorieuses, ou, La révolution invisible de 1946 à 1975 », éditions BROCHE, 1979.

¹²⁷ Les Trente Glorieuses font référence à la période de forte [croissance économique](#) qu'a connue entre 1945 et 1973 la grande majorité des [pays développés](#), membres pour la plupart de l'[OCDE](#). L'expression a été créée par [Jean Fourastié](#) en 1979 en rappel des [Trois Glorieuses](#), journées révolutionnaires des 27, 28 et 29 juillet 1830 qui avaient fait chuter [Charles X](#).

¹²⁸ Julien P.-A. et M. Marchesnay M., « La petite entreprise », édition Vuibert, 1988.

un facteur de dynamisme pour petite entreprise, et une réduction de coûts de gestion pour les grandes entreprises¹²⁹.

1.1.3. Des anciens travaux réactualisés

a). *Des concepts déjà existants*

La question qui se pose est la suivante : est-ce que ces constats ne sont pas seulement un phénomène contemporain ? Ce n'est guère le cas, car déjà K.Marx, selon S.Boutiller, avec les concepts de la « *petite production marchande* » et de « *l'armée industrielle de réserve* », avait opposé l'évolution du capitalisme avec l'existence des petites entreprises. L'importance de ses petites unités de productions existait déjà chez plusieurs économistes de renom ; mais ce fut occulté par d'autres apports et analyses de la mutation vers la société industrielle. Car l'interprétation des travaux de ces économistes, n'incluait nullement leurs analyses de « l'initiative individuelle »¹³⁰.

Une interprétation qui prit un nouveau cap, par un décryptage des concepts émis sur l'entrepreneur à travers l'histoire ; S.Boutiller donne comme exemple : C. Jaeger(1982), avec son ouvrage « *Artisanat et capitalisme : l'envers de la roue de l'histoire* », qui débute son introduction par un extrait de Rosa Luxembourg, tiré de son ouvrage : *L'accumulation du capital*, dont la première édition remonte à 1913, et cela avec cette phrase « *personne n'ignore qu'un pays dominé exclusivement par la production capitaliste et peuplé uniquement de capitalistes et de salariés n'existe pas encore et n'a jusqu'à présent, jamais existé nulle part* »¹³¹. Les critiques envers le capitalisme qui idolâtré le gigantisme, commencent à se faire entendre ; et les idées autrefois mise à l'écart, commencent à prendre place au premier plan.

b). *Les travaux d'A.Marshall*

par son analyse célèbre : cas de Birmingham, A.Marshall, pourtant connu par ses apports sur la grande organisation, note que l'existence de la grande entreprise ne cause pas automatiquement la disparition de la petite entreprise ; car selon lui, une société industrielle a besoin de ces petites entreprises, que se soit en leurs qualités d'innovatrices, ou bien par leurs

¹²⁹ Hernandez E.M., « Le processus entrepreneurial », édition l'Harmattan, avril 1999.

¹³⁰ Boutillier S., « L'entrepreneur artisan-entreprendre et dynamique du capitalisme », 5eme rencontre artisanat et recherche, Entreprendre dans l'Artisanat : quel(s) défi(s) ? Montpellier 15 juin 2010.

¹³¹ Idem

proximité avec le consommateur. Ses questionnements sur la raison de cette résistance de la petite entreprise face à ce monde qui change, le pousse selon S.Boutillier, à présenter les arguments suivants¹³²:

1. Son analyse des coûts des services, lui font noter leurs faiblesse, quand il s'agit d'une organisation familiale ; car si d'un côté une grande entreprise recrute un employé pour assurer une certaine tâche intérimaire, l'entreprise familiale assure cette tâche à travers un soutien familial, citant comme exemple la femme qui remplace son mari dans une boutique, quand il est occupé ailleurs ;

2. Une flexibilité à ne pas sous estimée, car cette concentration de petite boutique offre des avantages, tel ce qui est appelé communément « un dépannage entre voisin », par une sollicitation d'une aide qui peut s'avérer décisive ;

3. Un investissement réduit en ce qui concerne le stock de marchandises, dû à deux effets : un nombre d'affaire conclu quotidiennement, qui est modeste ; ainsi qu'une solidarité entre les boutiques qui exercent la même activité ;

4. L'existence d'un réseau informel de financement, basé sur cette solidarité entre ces petites boutiques ; un financement qui ne cherche pas la fructification du capital prêtés, mais plutôt, il construit un circuit de solidarité financière, où le débiteur d'aujourd'hui devient le créancier de demain.

Pour A. Marshall ce n'est pas l'existence des petits commerces qui est remise en question, mais plutôt cette vague d'opposition de ses derniers à la prolifération des grands magasins ; et une peur inexplicable selon lui du progrès¹³³. Mais le constat des années 1980, démontré qu'un nombre important de petits magasins avait disparu en France, et cela à cause de cette prolifération des grandes chaînes de distribution, dans ce cas le temps donnât tort à l'économiste.

1.1.4. La nouvelle vague de recherche sur la Très Petite Entreprise

*« La petite entreprise ne peut plus être considérée comme un simple modèle réduit, d'un archétype d'entreprise ; tout comme le groupe industriel, elle constitue un être qui a sa propre réalité et existence »*¹³⁴. Un constat à la fin des années 1980, qui annonce une vague de travaux sur la petite entreprise et surtout la très petite, qui aller en couplé avec les travaux sur

¹³² Boutillier S., « L'entrepreneur artisan-entreprendre et dynamique du capitalisme », 5eme rencontre artisanat et recherche, Entreprendre dans l'Artisanat : quel(s) défi(s) ? Montpellier 15 juin 2010.

¹³³ Idem

¹³⁴ Julien P.-A. et M. Marchesnay M., «La petite entreprise», édition Vuibert, 1988.

l'entrepreneur, ce qui explique le fait est que, les mêmes chercheurs produisent des connaissances sur les deux entités.

M.Marchesnay en 1982, dans son analyse de « Small is Beautiful » d'E.F.Schumacher, avait complété l'analyse de ce dernier en ajoutant les deux concepts suivants¹³⁵:

- « *Small is Specific* » : constatant l'extrême diversité de la nature des petites entreprises, que sa soit au niveau de leur gestion ou de leur fonctionnement ;
- « *Small is Difficult* » la taille modeste de ces entreprises les rend vulnérable face à des changements brusques, qui pourraient survenir dans leurs environnements.

Les travaux de P.-A. Julien et M.Marchesnay sont le reflet d'un courant précurseur, déjà présent dans la recherche anglo-saxonne, qui par des rapports multiples¹³⁶, démontré l'importance de ces petites entreprises dans le tissu des économies occidentales. Ce n'est pas tellement les idées révolutionnaires d'E.F.Schumacher, sur l'opposition de la rationalité économique à la rationalité humaniste qui y sont traitées, mais plutôt un constat chiffré, d'une résistance à toute épreuve de ces petites entreprises.

D.Audretch par son analyse des économies occidentales¹³⁷, que sa soit par l'opposition des modèles économiques que le monde avait connu, ou bien par ses études de l'économie nord américaine et allemande, remet en cause le rôle que ces modèles économiques attribue à la très petite entreprise et à l'entrepreneuriat en général, dans la construction de la croissance économique ; une économie d'après guerre bâtit sur l'investissement dans les capitaux, et de fait, dans les grandes organisations ; suivis d'une économie de connaissance, qui accorde plus de crédit à la R&D, et minimise le rôle de la petite entreprise innovatrice, partant de l'idée selon laquelle R&D rime avec beaucoup de moyens employés, et que les petites entreprises n'en disposent pas.

Il appui son raisonnement par les changements du comportement des sociétés dans le monde, et cela après la chute du communisme, et une très grande diffusion du modèle de la société de consommation, qui influé sur une augmentation de la segmentation des marchés, et de fait, une augmentation des entreprises qui fournissent ces marchés en marchandises et services

¹³⁵ Idem

¹³⁶ Birch D.L., « La création d'emplois en Amérique : Comment nos petites entreprises mettent le plus de gens au travail », édition Free PR, 1987.

¹³⁷ Audretch D. « l'émergence de l'économie entrepreneuriale », <http://www.cairn.info/revue-reflets-et-perspectives-de-la-vie-economique-2006-1-page-43.htm>.

spécifiques et diversifiés, et la fin de la standardisation¹³⁸. soutenue par une globalisation qui diminuât les contraintes de : proximité, diffusion de l'information, d'inaccessibilité de marché, qu'avant les petites entreprises avaient du mal à contenir.

Ces multiples travaux conforte l'idée selon laquelle, que sa soit en crise économique, ou bien en croissance extraordinaire, le monde ne peut se passer de ces petites entreprises, que sa soit comme maillon dans le circuit productif, à travers la sous-traitance par exemple, ou bien comme agent de relance économique, et cela face à la crise (comme le choc pétrolier des années 1970), en plus du fait est qu'elles sont génératrices d'innovation, qui peuvent même parfois révolutionner la vie économique mondiale.

1.2. La complexité d'une définition de la T.P.E

Ce monde post moderne, comme le décrit M.Marchesnay, entraîne en faveur de la très petite entreprise des avantages comparatifs d'une grande nouveauté qu'il appelle « *rente de singularité* », il écrit: « *la très petite taille de certaine entreprise peut devenir un avantage décisif, pourvu qu'elle soit accompagnée d'un ensemble unique de compétences et de ressources. Y compris relationnel que possède le plus souvent son dirigeant, il construit son marché sa clientèle et son réseau à l'abri des regards des firmes* »¹³⁹. Les temps où des chercheurs tels B.lutz, qui écrivit « *L'avenir appartient aux grandes organisations et non aux petites entreprises et il se décide dans les villes et non dans les campagnes* »¹⁴⁰, sont derrière nous.

Mais le fait est que, tout d'abord, les entreprises de petite taille sont, de par leurs diversités et leurs spécificités, difficiles à classer. C'est certainement l'une des raisons qui expliquent pourquoi les données concernant les PME, et en particulier les TPE, sont trop confuses et trop lacunaires pour permettre une évaluation réaliste du rôle et de la fonction qu'elles remplissent dans le tissu économique, et de leurs apports dans des domaines comme le développement de l'emploi et la formation professionnelle initiale et continue, par exemple. S'ajoutant à cela la face obscure comme l'appel A.Henni, l'informel qui est un attribut liée à ces TPE, dans leurs existences, et dans leurs fonctionnements, cet attribut que les sciences économiques ont nommé par ce terme ; l'informel « *qui ne répond pas aux canons de la*

¹³⁸ Audretch D. « l'émergence de l'économie entrepreneuriale », <http://www.cairn.info/revue-reflets-et-perspectives-de-la-vie-economique-2006-1-page-43.htm>.

¹³⁹ Marchesnay M., « Management stratégique », édition l'ADREG, 2004.

¹⁴⁰ Lutz B., « L'aide aux PME en milieu rural : besoins et réalités », édition Pour, 2003.

représentation d'une pratique donnée, et ne se manifeste pas par les procédures sur lesquelles s'appuie cette représentation »¹⁴¹.

La petite entreprise ne peut plus être considérée comme un simple modèle réduit, d'un archétype d'entreprise ; car selon le rapport Bolton (selon la définition anglaise, rapport de 1978) : *elle est avant tout une entreprise juridiquement sinon financièrement indépendante, opérant dans les secteurs primaires, manufacturiers ou des services, et dont les fonctions de responsabilité incombent le plus souvent à une seule personne, sinon à deux ou trois, en général seules propriétaires du capital*¹⁴².

Mais la TPE n'échappe pas aux règles générales qui définissent la PME, cette dernière qui est une entreprise dont la taille, définie par un ensemble de critères, dont essentiellement le nombre de salariés, ne dépasse pas un certain seuil. Les autres critères de taille utilisés sont le chiffre d'affaires annuel ou le total du bilan, et on utilise parfois de plus un critère d'indépendance s'exprimant sous la forme de non-appartenance à un groupe trop important.

Les seuils retenus, et en particulier le seuil du nombre de salariés, sont variables suivant les pays et l'objet de la définition : application d'une réglementation ou calcul de statistiques. Quant au critère d'indépendance, s'il existe un accord général sur le fait qu'une PME ne doit pas appartenir à un grand groupe, il est toutefois difficile à mettre en œuvre au niveau des statistiques. L'Algérie a créé cet encadrement légal en juin 2000, par cette classification simple de cette entreprise : *« La très petite entreprise ou micro-entreprise, Y est définie comme une entreprise employant de 1 à 9 employés et réalisant un chiffre d'affaires annuel inférieur à 20 millions ou dont le total du bilan n'excède pas 10 millions de DA. »*¹⁴³

1.3 Les caractéristiques de la TPE

Pour P.-A.Julien et M.Marchesnay ils existent six caractéristiques principales de la P.E¹⁴⁴ :

- La centralisation sinon la personnalisation de la gestion, qui fait que, d'un côté, l'entreprise peut être identifiée à la direction et lui est redevable pour sa survie, avec un processus de décision simple et rapide ;

¹⁴¹ Henni A., « Le cheikh et le patron », édition OPU, 1993.

¹⁴² Julien P.-A. et M. Marchesnay M., « La petite entreprise », édition Vuibert, 1988.

¹⁴³ Journal officiel n°77, 15/12/2001.

¹⁴⁴ Julien P.-A. et M. Marchesnay M., « La petite entreprise », édition Vuibert, 1988.

- La faible spécialisation du travail, au point que, d'un côté, la direction remplit plusieurs tâches de direction et parfois d'opération et, de l'autre, les employés sont souvent polyvalents, ce qui est un indicatif de souplesse ;
- Un processus de décision fonctionnant le plus souvent selon ce schéma : intuition-décision-action ; ce qui fait que la stratégie est implicite et très souple ;
- Un système d'information interne peu complexe ;
- Un système d'information externe simple, dû à un marché relativement proche, soit géographiquement, soit psychologiquement, avec des entrepreneurs à l'écoute du marché ;
- La recherche d'un environnement stable malgré l'accélération du changement.

Mais selon plusieurs chercheurs, la TPE se distingue de la PE par des spécificités qui lui sont vraiment propre :

1.3.1. La volatilité

N.Riverain pose cette question « *Comment expliquer cette volatilité?* »¹⁴⁵, et cela chez les très petites entreprises. Car selon elle, cette volatilité est due à plusieurs facteurs, comme par exemple, le fait est qu'il est plus aisé de créer sa TPE ; c'est pour cela, que tant de personnes font ce choix. La concurrence n'est pas un facteur négligeable, car rien qu'en ce qui concerne les TPE innovatrices, leurs naissances peut être l'une des cause de disparitions pour d'autres TPE plus anciennes. Cette concurrence qui n'a pas seulement des cotés négatifs, car en ce qui concerne le consommateur, cela lui offre un panel plus large de choix de marchandises et de services. Ne négligeant pas le fait, que cette volatilité est due aussi à la fragilité des TPE face aux fluctuations que le marché subit.

D'autres causes encore, sont à prendre en considération, ces dernières sont liées à l'entrepreneur et aux choix qu'il opère concernant sa personne ; par exemple : prendre sa retraite, le changement d'activité, etc. car en fin de compte cette volatilité, elle est plutôt contingente

¹⁴⁵ Riverin N., « Management des PME », édition l'ADREG, 2001.

1.3.2. Une entité bâtit sur la proximité

« *Le problème des PME, ce n'est pas d'être petites mais d'être isolées* »¹⁴⁶. Cela ne date pas d'aujourd'hui, car déjà A.Marshall, selon O.Torres, avait noté dans son étude du cas de Birmingham, l'existence de district industriels, composés de petites et très petites entreprises, indépendantes, et spécialisées ; par cette concentration de ses petites entités en un même lieu, une dynamique d'externalités positives était créée, causé par un environnement spécifique, profitant de la localisation comme facteur d'économie de coût, en matière de fourniture et d'approvisionnement, et de transport ; en même temps, comme un avantage commercial, vu que les clients se déplacent vers un seul endroit pour trouver tout leurs besoins.¹⁴⁷

Cette importance de la proximité ne peut être comprise sans une connaissance de la dimension qu'occupe la proximité en économie ; selon O.Torres « *La proximité est le mécanisme de hiérarchisation qui détermine le fonctionnement des petites et très petites entreprises. La proximité crée les conditions nécessaires à l'action et à la réflexion dans une organisation centralisée, faiblement spécialisée, dotée de systèmes d'information interne et externe simples et privilégiant des stratégies intuitives et peu formalisées* »¹⁴⁸. Avec un dépassement de la dimension spatiale, reconnu au terme de proximité, O.Torres élargit la définition de cette dernière et l'enrichi, et parle d'un *mix de proximité, incluant la* Les proximités hiérarchique, fonctionnelle, temporelle, ...en plus de la proximité spatiale. Mais en réalité l'importance de la proximité reste plus lisible et comprise quand elle est perçue et qualifiée par celui qui dépend d'elle directement, soit l'entrepreneur ; car se dernier la classe comme *l'atout maître essentiel* pour la réussite de sa petite entreprise, ce que O.Torres qualifie comme « *un construit stratégique et organisationnel qui permet au dirigeant de la petite entreprise de maintenir son emprise sur l'entreprise et son évolution* »¹⁴⁹. Dans une autre optique, D.Audretch dans son analyse de l'économie de la connaissance, note que la proximité n'est plus un sujet de contrainte dans une économie en pleine mutation, sujette a une globalisation, qui annonce pour certain la mort de la distance ; mais cela ne se confirme pas quand il s'agit de l'économie de la connaissance, car « *la proximité géographique avec les sources de connaissances représente un*

¹⁴⁶ Piore M., Conférence inaugurale du CIFPME de Trois-Rivières, 1996.

¹⁴⁷ Torres O., « Essai de conceptualisation proxémique de la petitesse des entreprises », 6ème Congrès International Francophone PME (CIFPME 2002), HEC Montréal, 30 octobre-1 novembre 2002.

¹⁴⁸ Torres O., « Essai de conceptualisation proxémique de la petitesse des entreprises », 6ème Congrès International Francophone PME (CIFPME 2002), HEC Montréal, 30 octobre-1 novembre 2002.

¹⁴⁹ Idem

avantage compétitif pour accéder à la connaissance, et en particulier pour accéder aux effets de débordement de la connaissance »¹⁵⁰, car malgré que l'information a fait sauter le verrou de la proximité dans certain secteur, mais la dimension de la proximité reste importante quand il s'agit de recherche et développement à haut niveau, en citant comme exemple des clusters régionaux d'innovation, tels que la *Silicon Valley*¹⁵¹.

1.3.3. Une stratégie particulière

Plusieurs chercheurs ont écarté la stratégie de la TPE-PME comme avenue de recherche puisqu'on a longtemps avancé que les TPE (et les PME en général) n'avaient pas de stratégies. En fait, comme l'écrit N.Riverain « *il faut regarder au-delà des plans formels et des grandes études et se pencher sur les actions du propriétaire-dirigeant en relation avec ses objectifs personnels* »¹⁵². Les objectifs personnels du dirigeant, ses passions, ses forces et ses faiblesses déteignent sur toute la TPE et conditionnent son fonctionnement. Car selon P-A.Julien "*L'imbrication entre les décisions stratégiques et les « autres » décisions (tactiques et opérationnelles) ou même l'« itinéraire » de l'entrepreneur et de sa famille est étroite.*"¹⁵³. On parle ici « *d'une forte personnalisation de la stratégie de la TPE. Une incompatibilité à ce niveau constitue dans bien des cas un facteur d'échec chez les nouvelles TPE* »¹⁵⁴. Avec une stratégie liée à l'entrepreneur plutôt qu'à autre chose, avec des visions propres à ce dernier, et des priorités spécifiques et primaires. Mais « *Tout est stratégique* » en PE et TPE, car un simple problème de trésorerie peut s'avérer dramatique. En matière de conflit de travail, aussi, « *ce qui pourrait apparaître comme un simple désaccord sur la gestion et les choix stratégiques, tel qu'il en est souvent formulé dans les grandes entreprises, suffit parfois à conférer un caractère réel et sérieux à un licenciement dans une PME* »¹⁵⁵. Et la stratégie d'une TPE peut prendre plusieurs formes.

¹⁵⁰ Audretsch D., « L'émergence de l'économie entrepreneuriale », <http://www.cairn.info/revue-reflets-et-perspectives-de-la-vie-economique-2006-1-page-43.htm>.

¹⁵¹ Idem

¹⁵² Riverin N., « Management des PME », édition l'ADREG, 2001.

¹⁵³ Julien P.-A., « Les PME: Bilans et perspectives », édition Economica, 1994.

¹⁵⁴ Ferrier O., « Les très petites entreprises », édition De boeck, Bruxelles, 2002.

¹⁵⁵ Lepley B., « Le conflit est-il possible dans les PME ? », Problèmes Economiques, n° 2742, p. 13-16 extrait de La revue de la CFDT, n°45, novembre 2001.

a). *Une stratégie de pressentiments*

Selon L-J.Fillon « *L'entrepreneur visionne son projet dans l'avenir et adapte cette vision au grès des changements dans son environnement et des opportunités* »¹⁵⁶. Car c'est la façon de faire de l'entrepreneur, basé plutôt sur l'intuition que sur l'analyse. La stratégie va donc se construire et évoluer selon les pressentiments de l'entrepreneur, selon une vision personnelle, et un sentiment individuel que l'entrepreneur perçoit envers tel ou tel marché, ou opportunité¹⁵⁷.

b). *Une stratégie de survie*

La stratégie première des dirigeants de TPE vise essentiellement la vie et survie de l'entreprise, que sa soit dans le cas d'entreprises en démarrage ou d'entreprises établies¹⁵⁸. Pour la survie d'une entreprise le paradigme établi, est que cette survie est liée à l'équilibre financier, car c'est l'objectif principale pour une entreprise lucrative, dans n'importe quel secteur d'activité, et sous toute forme quelle peut revêtir.

c). *Les clients à la base de la stratégie*

Selon l'observatoire de l'APCE¹⁵⁹, le constat est que, la stratégie des TPE est orientée vers le client plutôt que vers le marché. De plus, elles évoluent dans des marchés étroits et différenciés où la spécialisation demeure leur fer de lance¹⁶⁰. Car la relation client-entreprise c'est elle qui dessine le mode d'action de cette entreprise, la stratégie prend un caractère relationnel, comme le précise P.-A.Julien « *Ainsi s'établiront des stratégies relationnelles : de coopération, des interactions avec les clients et fournisseurs par l'ajout de services qui valoriseront la production et contribueront à élever la différenciation* »¹⁶¹.

¹⁵⁶ Filion L-J, « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Revue Internationale P.M.E., 1997.

¹⁵⁷ Riverin N., « Management des PME », édition l'ADREG, 2001.

¹⁵⁸ Riverin N., « Management des PME », édition l'ADREG, 2001.

¹⁵⁹ Créée à l'initiative des pouvoirs publics français en 1996, l'Agence pour la création d'entreprises est une association loi de 1901 placée sous tutelle du ministère en charge des PME. L'APCE assure les missions fonctionnelles suivantes : Promotion de l'esprit d'entreprise, Appui technique aux responsables territoriaux et aux réseaux de la création d'entreprise, Observatoire de la création d'entreprise.

¹⁶⁰ Observatoire APCE, France, 1999.

¹⁶¹ Julien P.-A., « Les PME: Bilans et perspectives », édition Economica, 1994.

d). Une stratégie de proximité et de différenciation

La TPE a une stratégie qualifiée de proximité, donc ce qui est qualifié de « stratégie locale », protégeant son marché. D'Amboise parle de stratégies de focalisation¹⁶² (ou concentration) pour expliquer cette focalisation, d'Amboise la lie de fait, à la maturité, car une entreprise plus expérimenté élargira son champs d'action (son marché). D'Amboise ajoute que « la majorité des TPE optent pour une stratégie de différenciation en axant sur un ou des avantages concurrentiels, lui permettant ainsi de se démarquer des concurrents »¹⁶³. Car cette expérience se constitue d'avantage concurrentielles tels : plus d'innovation, une meilleure qualité, des délais plus courts, un marketing plus réactif, et de fait des couts plus bas.

1.4. Un rôle particulier pour le dirigeant

Le dirigeant d'une TPE prend souvent le qualificatif « d'homme-orchestre », car il se doit d'assurer plusieurs taches, au sein de son entreprise; ainsi il peut répondre au téléphone, rencontrer des clients, gérer la production, faire la comptabilité et la GRH, ce qui fait qu' « Il change de chapeau au gré des situations qui se présentent à lui »¹⁶⁴. En fait, en TPE le dirigeant est appelé à jouer les trois rôles suivants¹⁶⁵ :

- ~ *Employé* : il demeure le premier intéresser par la fonction de production de l'entreprise, de facto, il devient le premier responsable, que cela concerne la quantité, ou bien la qualité, en plus du fait qu'il est le premier agent commercial de l'entreprise ;
- ~ *Gérant* : être dirigeant inclus de fait la fonction de gestionnaire, mais aussi la planification, et cela, pour toute les activités de l'entreprise ;
- ~ *Actionnaire* : généralement propriétaire, le dirigeant veille sur son capital ; il essaye de percevoir un avenir, qui est souvent très difficile à prévoir, et cela même pour les meilleurs managers ; mais en ce qui le concerne la réussite, elle est synonyme de prospérité personnelle, alors que le contraire aurait des conséquences dévastatrices, que sa soi par la perte de son emploi, la perte de son capital, et de son statu d'homme d'affaire.

¹⁶² D'Amboise, G., « Des stratégies possibles pour une PME, Quelle gestion stratégique pour la PME », Presses Inter-Universitaires, Éditions 2 continents et Centre d'Entrepreneuriat et de PME de l'Université Laval, 1997.

¹⁶³ Idem.

¹⁶⁴ Riverin N., « Management des PME », édition l'ADREG, 2001.

¹⁶⁵ « La gestion du temps », cahier de la Fondation de l'Entrepreneurship, 1999.

O.Torres en se basant sur les travaux de C.Drucker-Godard(2000), et son étude sur la gestion au quotidien des priorités du dirigeant, déduit que la TPE, vu sa taille modeste, est souvent confrontée à une multiplication des événements qui peuvent chambouler « *l'activité décisionnelle du dirigeant* », dut au fait que l'entreprise est fortement centralisée, et que le dirigeant se focalise plutôt sur le court terme. Il reprend ainsi cette analyse de C.Drucker-Godard(2000) « *Cette spécificité de la TPE-PME tient, en partie, à la gestion du temps des dirigeants. Ils ont des emplois du temps surchargés en dépit d'un nombre d'heures de travail très élevé* »¹⁶⁶. Ce dernier qui ajoute que « *certains dirigeants, du fait de leur formation, de leur cursus professionnel, de leur centre d'intérêt, se focalisent en priorité sur les questions opérationnelles. Ils ont ainsi une attitude de retrait par rapport au fonctionnement interne de l'organisation et à sa stratégie* »¹⁶⁷

De ce fait, le monopole du pouvoir au sein de cette petite entreprise appartient totalement au dirigeant ; confronté d'un point de vue social, à l'absence d'une représentation syndicale, due à un encadrement légal général, qui exige un minimum d'employés, pour voir naître ce contre pouvoir syndicale, un seuil que les TPE avec leurs effectifs réduit, n'atteignent pas. La représentation syndicale n'est pas le seul contre pouvoir qui peut exister dans une entreprise, car généralement, les actionnaires représentent le contre pouvoir le plus puissant, et cela par leurs qualités de propriétaires, qui peuvent décider de l'avenir du dirigeant à la tête de l'entreprise ; un contre pouvoir inexistant au sein des TPE, car le dirigeant est en général l'unique propriétaire, et en même temps, il est perçu comme le plus légitime par les différents partenaires, en sa qualité de créateur de cette entreprise ; considéré comme le seul à pouvoir résoudre certaines problématiques, par sa connaissance profonde de cette dernière. Le dirigeant-proprétaire, qui détient tout les pouvoirs, se voit devenir le centre décisionnel absolu, par lequel transite la gestion de l'entreprise, une gestion qui prend le cap des inspirations personnelles de son instigateur¹⁶⁸.

¹⁶⁶ Torres O., « Essai de conceptualisation proxémique de la petitesse des entreprises », 6ème Congrès International Francophone PME (CIFPME 2002), HEC Montréal, 30 octobre-1 novembre 2002.

¹⁶⁷ Torres O., « Essai de conceptualisation proxémique de la petitesse des entreprises », 6ème Congrès International Francophone PME (CIFPME 2002), HEC Montréal, 30 octobre-1 novembre 2002..

¹⁶⁸ Idem

1.5. Les modèles de TPE

Une entité dont le mystère de fonctionnement et d'existence tel que la TPE, ne peut être qualifié par un modèle standard, car la structure de la TPE a cette spécificité, qu'elle est construite autour de son dirigeant, reflétant son vécu ; ceci est le résultat de l'étude menée d'E.Bentabat et S.Michum et P.Trouve¹⁶⁹, qui distinguent trois genres de TPE:

- «*Le modèle familial*»: c'est le modèle classique, ou plutôt qualifié comme tel ; où l'organisation, qu'est cette très petite entreprise, se confond de fait avec le dirigeant-créateur ; occupant plutôt comme secteur d'activité l'artisanat, ce qui fait que le savoir-faire représente le capital pour ces entreprises et leurs entrepreneurs, un capital transmis aux descendants et proches, préférant par ce fait, que l'entreprise prenne une forme plutôt familiale ; caractérisés par une méfiance envers l'administration, ses dirigeants prônent l'indépendance et l'autonomie ;
- «*la TPE managériale*»: issue plutôt d'un processus de PMisation, comme des entreprises franchisées, et des représentants prenant la forme de filiale ; rendant par ce fait le dirigeant dans l'obligation de rendre des comptes à son franchiseurs ou l'entreprise qui l'appuie, et ainsi abandonnant son indépendance et son autonomie. La contrepartie reste cependant intéressante pour le dirigeant : des frais de communication pratiquement inexistant, une gestion de stock dépendant du franchiseur, ainsi que des formations assurées pour le dirigeant, etc ;
- «*La TPE entrepreneuriale*» : dans leur synthèse de l'étude qu'ils ont menée, E.Bentabat et S.Michum et P.Trouve distinguent que ses entreprises agissent plutôt dans le domaine de l'innovation et de la recherche ; localisées dans des niches et des pépinières d'entreprises. Se sont des entreprises à la recherche du développement, usant pour cela de toutes les voies économiques, incluant même des voies liées à l'informel ; oscillant entre les deux précédents modèles, avec une implication des dirigeants de ses entreprises qui s'approche de celle notée chez les dirigeants des entreprises familiales ; en même temps une recherche de développement qui le pousse à acquérir les avantages qu'offre l'entreprise managériale ; prônant une voie de croissance, plutôt qu'un modèle conformiste.

¹⁶⁹ Bentabat E. et Michum S. et Trouve P., «Gestion des hommes et formation dans les très petites entreprises», Etude n° 72 CERECQ – 1999.

SECTION II : La TPE-PME EN ALGERIE

2.1 La TPE-PME de l'indépendance à 1982

Etant donné que les très petites entreprises, représente une partie et non pas des moindre dans le secteur des PME, et que leur environnement économique est semblable, qu'il soit institutionnel, ou autres. Nous avons essayé de présenter un état des lieux de la PME en Algérie, et cela pour comprendre l'évolution qu'a vécu l'une a travers l'autre.

Pendant longtemps, l'économie et la société algérienne ont vécu dans le mythe de la grande organisation perçue comme seule porteuse de développement. La petite structure était à peine tolérée dans la plupart des domaines. Cet aspect faisait partie de la culture produite par le modèle de l'époque, l'économie administrée (1967-1987)¹⁷⁰. En 1963, l'Algérie s'est dotée du premier code d'investissements¹⁷¹, et cela pour la reconstruction du pays suite à l'indépendance, qui était plutôt destiné à l'investissement étranger, les PME étaient majoritairement propriétés de colons, qui par la suite furent confiées à des comités de gestion après le départ de leurs propriétaires¹⁷².

Le code des investissements qui s'en suit, celui de 1966¹⁷³, prévoyait le monopole de l'état sur les secteurs vitaux de l'économie et rendait obligatoire l'agrément des projets privés par une commission nationale des investissements, les conditions de l'attribution d'agrément étaient tellement complexe, qu'ils ont conduit par la suite, et cela en 1981 à interrompre son activité.

De 1965 à 1970, l'Etat crée une vingtaine de Sociétés nationales dans le secteur de l'industrie pour servir de base à la politique d'industrialisation intensive que le pays va connaître durant la décennie suivante. Ces nouvelles entreprises vont par ailleurs absorber celles mises en autogestion depuis 1963¹⁷⁴.

Car les objectifs politiques de l'état algérien ne s'accorder pas avec l'existence d'un secteur privé fort ou dynamique, l'entreprise privé ne peut être acceptée que dans sa « *forme non*

¹⁷⁰ « La PME en Algérie : quelles réalités ? », Journée d'étude organisée au CNAM dans le cadre du Projet CNEP (GRIOT-CREAD) 11/10/2002.

¹⁷¹ Journal officiel n°53, 02/08/1963.

¹⁷² CNES, rapport sur les PME, 2002.

¹⁷³ Journal officiel n°82, 23/09/1966.

¹⁷⁴ Isli M.A., « La création d'entreprise en Algérie », Cahiers du CREAD n°73, pages 51-70,2005.

exploiteuse »¹⁷⁵, la doctrine politique guidée la politique économique. Cette situation a conduit à un comportement de prudence tactique du capital privé, et les créneaux particulièrement investis, furent limités comme les biens de consommation finale, l'agro-alimentaire, le textile, la chimie simple, la transformation plastique et les matériaux de construction¹⁷⁶. L'économie administrée ne s'accordait pas avec l'existence d'un secteur de PME privé important.

2.2 La TPE-PME de 1982 à 1988

Les réformes économiques en Algérie ne pouvaient être, qu'à la suite de changement politique majeur, avec une nouvelle direction politique dans le pays à partir de 1979, l'entreprise privée va connaître les premières ouvertures destinées d'abord à la réhabilitation, et après à promouvoir son développement.

Avec la promulgation d'un nouvel encadrement légal pour l'investissement privé en Algérie, la loi de 1982¹⁷⁷, qui aller aboutir vers les réformes suivantes :

- Le droit de transfert pour l'acquisition des équipements, et de matières premières ;
- L'accès aux autorisations globales d'importations, avec limitation ;
- L'accès aux financements bancaires, limités à 30% ;
- La possibilité pour le secteur privé d'investir, avec une limitation de 30millions de DA pour la société à responsabilité limitée, et de 10 millions de DA pour la société par action ou individuelle ;
- La multiplicité des affaires, ou des investissements est interdites ;

Malgré les limites imposées, cette réforme marqua une nouvelle direction de la politique d'Etat envers les PME, en donnant les premières institutions d'encadrement pour ces dernières.

2.3 La TPE-PME en Algérie après 1988

Les changements politiques sont toujours à la base de nouvelles réformes économiques. Car ces réformes seront dues à une crise de la dette extérieure, c'est ce qui a conduit l'Algérie à établir des relations avec les institutions internationales tels que le FMI et la Banque Mondiale. Menant ainsi vers une politique de privatisation des entreprises publiques, et un développement du secteur des PME, cette période qualifiée de période de transition vers l'économie de marché.

¹⁷⁵ Isli M.A., « La création d'entreprise en Algérie », Cahiers du CREAD n°73, pages 51-70,2005.

¹⁷⁶ CNES, rapport sur les PME, 2002.

¹⁷⁷ Journal officiel n°34, 24/08/1982.

Le plan se fixe comme objectifs généraux (en ce qui concerne les PME)¹⁷⁸:

- La substitution d'une économie de marché à une économie gérée administrativement ;
- Une libéralisation des prix du commerce extérieur et des changes ;
- L'autonomie des banques commerciales et la banque d'Algérie.

Les réformes conduisant vers une économie de marché ne pouvaient être admises, sauf par une nouvelle loi; loi relative à la monnaie et au crédit de 1990 (article 183) fut produite à cet effet ; ainsi les entreprises algériennes, publiques ou privées bénéficient du même traitement.

L'Etat se trouve obligé de se désengager, lentement mais sûrement, de ses formes d'intervention antérieures. Avant même que les discussions avec le FMI n'aboutissent à des réformes imposées, avec le premier accord stand-by en mai 1994, les décideurs successifs au niveau de l'Etat mènent un certain nombre d'actions, à la fois conjoncturelles et structurelles, tendant à ajuster les dépenses de l'Etat, et à réformer le fonctionnement de l'économie¹⁷⁹.

A part l'autorisation des investissements étrangers, la liberté d'établissement des banques étrangères en Algérie fut une réforme de taille, car par se fait, les partenariats financiers devenaient permis, mais plus important encore, la création du ministère de la petite et moyenne entreprise en 1991¹⁸⁰. Créé en vue de promouvoir les petites et moyennes entreprises. Il est chargé des missions suivantes:

- Développement et promotion des petites entreprises;
- Fournir des mesures d'incitation et de soutien pour le développement des petites et moyennes entreprises;
- Contribuer à la recherche de solutions pour les problèmes du secteur des PME;
- La préparation de statistiques nécessaires, et la fourniture des informations nécessaires pour les investisseurs de ce secteur;
- Adopter une politique pour la promotion de ce secteur, et la mise en place du programme de redressement économique des petites et moyennes entreprises.

¹⁷⁸ Journal officiel n°28, 12/07/1988.

¹⁷⁹ Badrani S., « Nouveaux entrepreneurs dans la transition à l'économie de marché : les entrepreneurs ruraux », cahiers du CREAD n°40, pages 5-19, 2ème trimestre 1997.

¹⁸⁰ Merzak A., « Le secteur privé et la croissance en Algérie », Thèse de Doctorat, université de Batna, 2007.

Malgré que d'autres décrets s'en suivirent, celui fixant des conditions de gestions du domaine privé et du domaine public de l'Etat¹⁸¹, et celui fixant les conditions et les modalités de cession des terrains nus disponibles relevant du domaine privé de l'Etat est reconnus nécessaires à la réalisation de projets d'investissement¹⁸², mais la réelle avancée vint avec le décret législatif n°12 de 1993¹⁸³, relatif à la promotion de l'investissement ; ce nouveau code s'articule autours des éléments suivants (en se qui concerne la PME) :

- Le droit d'investir librement ;
- L'égalité entre promoteurs privés (nationaux ou étrangers) devant la loi ;
- Des allègements fiscaux attribués, pour une incitation aux investissements ;
- La création de l'APSI (Agence de Promotion de Soutien et de suivi des Investissements) ;
- La suppression de l'agrément obligatoire avant n'importe quel investissement ;
- L'accélération des transferts et de renforcement des garanties, associés au capital investi et aux revenus qui en découlent ;

Suivi par une instruction interministérielle¹⁸⁴, pour la facilitation des attributions de terrains aux investisseurs, et qu'elle représenté du point législatif un band en avant, et la création de la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) en 1994 et l'Agence National de Soutien pour l'Emploi de Jeune (ANSEJ) en 1996.

2.3.1. L'Agence Nationale pour la Promotion de l'Investissement (A.P.S.I)

L'APSI a été créé dans le cadre de la promulgation de décret législatif N° 93-12 du 5 octobre 1993, relatif à la promotion de l'investissement. C'est une agence publique chargée de l'assistance et de l'encadrement des investisseurs. Créant ainsi un guichet unique regroupant toutes les administrations et services concernés par les investissements dans l'objectif de réduire les délais et les procédures administratives et juridiques relatives à la mise en place des projets sur le terrain, de manière à ne pas dépasser 60 jours. L'APSI a pour fonctions principales :

- Le suivi des investissements ;
- L'évaluation des investissements et la présentation des décisions concernant l'octroi ou le refus des avantages ;

¹⁸¹ Décret exécutif n°91-454 du 23/11/1991.

¹⁸² Arrête interministériel du 19/02/1992.

¹⁸³ Décret législatif n°12 du 5/10/1993.

¹⁸⁴ Instruction interministérielle n°28, 15/05/1994.

- La prise en charge de toutes ou une partie des dépenses relatives à la réalisation des projets ;
- L'octroi des avantages liés à la promotion des investissements.
- Fournir des facilités douanières.

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

La caisse vise les chômeurs de la tranche d'âge entre 35 et 50 ans, qui investissent dans des activités industrielles et/ou des services, sauf la revente en l'état. La caisse assure également les tâches suivantes:

- Propose un crédit sans intérêt entre deux (2) et cinq (5) millions de Dinars;
- Accompagnement personnel aux porteurs de projets;
- Franchise de la TVA pour l'acquisition de biens d'équipement et de services entrant directement dans la réalisation de l'investissement;
- Exemption du droit de mutation à titre onéreux sur l'acquisition immobilière effectuée dans le cadre de la création de l'activité;
- Application du taux réduit de 5% en matière de droits de douane pour les biens d'équipements entrant directement dans la réalisation de l'investissement.

2.3.3. L'Agence Nationale de Soutien pour l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)

Il s'agit d'un organisme national doté d'une personnalité morale et d'une autonomie financière. Elle vise à encourager toutes les formules menant à la reprise de l'emploi des jeunes à travers la création de micro-entreprises. Elle a été créée en 1996 et représentée à l'échelle régionale à travers des antennes. Elle est sous l'autorité du Premier ministre, chargée de :

- Mettre à la disposition des jeunes porteurs de projets toutes les informations d'ordre économique, technique, législatif et réglementaire relatives à l'exercice de leurs activités ;
- Fournir des aides à l'investissement pour les jeunes porteurs de projets dans le cadre du montage financier et le suivi des prêts ;
- Établir des relations permanentes avec les banques et les institutions financières dans le cadre du montage financier des projets.

Cette Agence offre son soutien financier sous différentes formes : subventions financières, fiscales et parafiscales. Les subventions financières prennent la forme de prêts sans

intérêt, à long terme accordés par l'Agence exonérée de paiement des intérêts. En ce qui concerne les subventions fiscales et parafiscales, elles sont destinées aux micros entreprises durant la période d'exploitation, y compris l'exonération de taxe sur la valeur ajoutée, sur les frais de transfert de propriété, l'exonération des droits contractuels, de la taxe d'enregistrement et sur l'immobilier. L'exonération totale des impôts sur les bénéfices des sociétés et sur le revenu.

Mais malgré toutes ces réformes Une configuration précise de la PME en Algérie manquée, et les changements institutionnels devenaient obligatoires, à cause de manque de résultat de ses institutions, et cela vint avec de nouvelles réformes à partir des années 2000.

2.4. La PME en Algérie au 21^{ème} siècle

2.4.1. Un définition pour la PME

La PME en Algérie, se voit attribuée une définition, car en juin 2000 l'Algérie adhère à la charte de Boulogne sur les PME, appliquée par l'union européenne, et par ce fait la désignation de la PME algérienne se fera sous trois critères : les effectifs, le chiffre d'affaires, et l'indépendance de l'entreprise :

« La PME est définie, quel que soit son statut juridique, comme étant une entreprise de production de biens et de services employant de 1 à 250 personnes, dont le chiffre d'affaire annuel n'excède pas 2 milliards de DA ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 500 millions de DA qui respecte le critère d'indépendance. 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 dont le total du bilan est compris entre 100 et 500 millions DA.

La petite entreprise est définie comme une entreprise employant de 10 à 49 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 200 millions de DA ou dont le total du bilan n'excède pas 100 millions de DA.

La très petite entreprise ou micro-entreprise, Y est définie comme une entreprise employant de 1 à 9 employés et réalisant un chiffre d'affaires annuel inférieur à 20 millions ou dont le total du bilan n'excède pas 10 millions de DA. »¹⁸⁵

¹⁸⁵ Journal officiel n°77, 15/12/2001.

2.4.2. Institutions de soutiens et d'appuis pour les PME

L'Algérie de se début du 21^{ème} siècle est un Etat qui s'est vue libéré des contraintes budgétaires qu'elle a subit au par avant, le prix des hydrocarbures qui connu des hausses vertigineuses à fait que les programmes d'Etat de soutiens dans les divers secteurs ont pris une dimension de plus en plus importante. Le secteur des PME n'était pas en reste, car les institutions et organismes d'appuis ont pus jouer un rôle non pas des moindres dans l'accroissement du nombre de ses dernières, par un élargissement des compétences de ses organismes, et même des réforme structurelles. Ce qui dota le secteur des PME de réelles institutions d'appuie et d'accompagnement.

a). *L'action du Ministère de la PME et de l'artisanat*

Des nouveaux organismes et fonds de garantie virent le jour sous la tutelle du Ministère de la PME et de l'artisanat, et cela dans l'optique de meilleure résultat, et d'une meilleure efficacité, dans le soutien apporté aux PME.

⇒ *Pépinières et incubateurs d'entreprises*

Ces institutions publiques¹⁸⁶, de caractère industriel et commercial ont pour buts d'aider les petites et moyennes entreprises. Qui ont pour objectif de favoriser les projets innovants, de développer une synergie avec l'environnement de l'entrepreneuriat et d'apporter un soutien aux nouveaux créateurs d'entreprises. Elles prennent trois formes, à savoir:

- *Atelier relais*: c'est une structure de soutien aux détenteurs de projets dans le secteur de l'industrie et de l'artisanat ;
- *Pépinière ou incubateur*: elle prend en charge les promoteurs des petites et moyennes entreprises activant dans le secteur des services ;
- *Hôtel d'entreprise* : destiné aux porteurs de projet issus du domaine de la recherche ;

Les pépinières d'entreprises ont la charge de :

- Accueillir et accompagner les entreprises nouvellement créées pour une période déterminée ;
- Gestion location des magasins ;

¹⁸⁶ Journal officiel n°13, décret 32-78, 26/02/2003.

- Donner des orientations et des conseils dans le domaine de la comptabilité, le droit, le commerce et la finance ;
- Assistance pour la formation sur les principes et les techniques de gestion au cours de la phase de maturation du projet.

⇒ *Les centres d'aides*

Se sont des institutions publiques à caractère administratif dotées d'une personnalité morale et d'une autonomie financière. Ils cherchent à développer un guichet qui s'adapte aux besoins des propriétaires d'entreprises et les entrepreneurs, réduire la durée de création d'entreprises et la gestion des dossiers qui ont bénéficié du soutien des fonds créés au sein du Ministère concerné. En outre, ils visent à développer un tissu économique local et accompagner les petites et moyennes entreprises à s'intégrer dans l'économie internationale.

Ces centres ont pour fonctions:

- L'étude des dossiers et leur suivi, ainsi que l'aide des entrepreneurs à surmonter les obstacles au cours de la phase de création ;
- Accompagner les entrepreneurs dans les domaines de la formation et de la gestion ; et la diffusion de l'information sur les possibilités d'investissement ;
- Soutenir le développement des capacités concurrentielles, le déploiement de nouvelles technologies et la présentation des services de conseil dans le domaine de l'exploitation des ressources humaines, marketing, technologie et innovation.

⇒ *Le Conseil National Consultatif*

Le Conseil National Consultatif est un organisme consultatif jouissant d'une personnalité morale et d'une indépendance financière. Il a pour mission la promotion du dialogue et de concertation entre les petites et moyennes entreprises et les associations professionnelles, d'une part et les organismes et les autorités publiques, d'autre part. Ses fonctions se résument comme suit :

- Assurer un dialogue permanent et la concertation entre les autorités et les partenaires sociaux pour permettre l'élaboration de politiques et de stratégies pour le développement du secteur de la PME ;

- Encourager et promouvoir la création d'associations professionnelles et la collecte des informations qui concernent les employeurs et les associations professionnelles, ... etc.

b). Le remplacement de l'APSI par l'ANDI

Vu les résultats médiocres réalisés par cette agence, elle a été révisée dans le cadre de la promulgation en 2001, de deux textes législatifs : l'ordonnance relative au développement de l'investissement et la loi sur la promotion de la PME donnant naissance à l'Agence Nationale du développement de l'Investissements (ANDI).

L'Agence Nationale du Développement de l'Investissement est un établissement public doté d'une personnalité morale et d'une autonomie financière. Elle a remplacé l'APSI, pour accomplir les missions suivantes :

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

c). Les organismes complémentaires pour l'Agence Nationale du Développement de l'investissement

- *Le Conseil National de l'Investissement (CNI):* Il est placé sous l'autorité du Premier Ministre, chargé de proposer la stratégie et les priorités pour le développement des investissements ainsi que, l'identification des avantages et des formes d'assistance pour ces derniers ;
- *Le Guichet Unique:* Il est créé au sein de l'ANDI un guichet unique regroupant les administrations et organismes concernés par l'investissement. Il a pour mission la vérification de la réalisation des facilités de procédures et des formalités pour la création des entreprises et la réalisation des projets d'investissement à travers l'entretien des

relations permanentes avec les organismes concernés : la Direction des impôts, la Direction de l'Emploi, Département du Trésor, les municipalités concernées...

- *Fonds d'Appui à l'Investissement*: Il est destiné à financer la prise en charge la contribution de l'Etat dans le coût des avantages octroyés aux entreprises et de la couverture partielle ou intégrale des travaux d'infrastructures de ces dernières.

d). *Fonds de Garantie des Prêts (FGAR)*

Ce fond créé en 2002¹⁸⁷, est un établissement public, sous l'autorité du Ministère des petites et moyennes entreprises et l'artisanat, ayant une personnalité morale et une autonomie financière. Ce fonds a entamé officiellement ses activités, le 14 mars 2004, et son objectif de est de faciliter l'accès des investisseurs aux prêts bancaires de moyen terme, à travers la présentation des garanties pour les entreprises, exigées par les banques. La proportion de la garantie de prêt peut aller jusqu'à hauteur de 70 % du prêt accordé.

En ce qui concerne les types de prêt garantis, on trouve les prêts d'investissement ou les fonds de roulement. Ces garanties sont prévues uniquement pour les entreprises adhérentes au Fonds et qui paient une prime annuelle de 2 % du montant du prêt et pendant toute la durée du prêt.

Avec des objectifs généraux, qui sont :

- Intervenir dans l'octroi de garanties en faveur des PME réalisant des investissements en matière de : création d'entreprise, rénovation des équipements, extension de l'entreprise, et prise de participation. ;
- Se prononcer sur l'éligibilité des projets et les garanties demandées ;
- Suivre les risques découlant de l'octroi de la garantie du fonds ;
- Assurer le conseil et l'assistance technique en faveur des PME bénéficiaires de la garantie du fonds.

¹⁸⁷ Journal officiel n°74, la loi02-73, 13/11/2002.

e). Agence Nationale de Gestion des Microcrédits (ANGEM - 2004)

L'agence octroie des crédits sans intérêts destinés à l'achat de matières premières, dont le coût ne dépasse pas les 30 000 dinars. Les aides accordées sont le soutien, le conseil, et l'accompagnement dans la mise en œuvre de l'activité. Elle est entrée en vigueur en 2004. Elle est aussi destinée à garantir les prêts accordés par les banques et les institutions financières pour les bénéficiaires de microcrédits.

f). Les fonds de soutien à mission spécifique

Les PME sont également ciblées indirectement par le biais de plusieurs fonds de soutien sectoriels : dans les domaines du développement agricole et rural, de l'énergie, de l'emploi et de la formation professionnelle, de la recherche et de l'environnement.

- Fonds spécial de développement des régions du sud ;
- Fonds spécial de développement économique des hauts plateaux ;
- Fonds national de l'environnement et de la dépollution ;
- Fonds de régulation et de développement agricole ;
- Fonds national pour la maîtrise de l'énergie ;
- Fonds pour la promotion des exportations ;
- Fonds pour la promotion de la compétitivité industrielle ;
- Fonds national pour la préservation de l'emploi ;
- Fonds pour l'aménagement du territoire ;
- Fonds national de la recherche scientifique et du développement technologique ;
- Fonds pour la formation professionnelle continue et l'apprentissage.

2.4.3. Les programmes d'appui à la compétitivité des entreprises

L'Algérie a mis à la disposition de ses PME un ensemble de programmes d'appui destinés à booster leur compétitivité. Il s'agit des programmes suivants : le Programme National de l'Amélioration de la compétitivité industrielle, le Programme EDPme (MEDA) et le Programme National de Mise à Niveau de la PME.

a). *Programme National pour l'Amélioration de la Compétitivité Industrielle*

Un programme qui délaisse de fait les micros entreprises. Ce programme est piloté par le Ministère de l'Industrie. Il a pour objectifs d'améliorer le potentiel de l'entreprise industrielle de plus de 20 salariés et de renforcer sa compétitivité. Il comporte deux phases, la phase « *Diagnostic* » et la phase « *Plan* ». Pour la période janvier 2002 au 31 décembre 2005, ce programme a réalisé le bilan suivant :

- La phase « *Diagnostic* » : il a reçu 324 demandes, il a traité 317 en retenant 218 et en rejetant 99;
- La phase « *Plan* » : il a soumis 110 dossiers et traité 96 dont 93 ont bénéficié de la réalisation du Plan de Mise à Niveau.

b). *Programme d'Appui au Développement des PME (Euro Développement PME)*

Ce programme a été lancé à partir de 2002 et a pris fin en 2007. Il est le projet d'appui le plus important en termes de ressources mobilisées, avec un budget de 62,9 millions d'euros. Il vise la mise à niveau des entreprises privées industrielle ainsi que les entreprises qui sont liées au secteur de l'industrie dont la taille est comprise entre 20 et 250 salariés. Le projet est domicilié auprès du Ministère de la PME et de l'Artisanat et financé par ce dernier conjointement avec la Commission Européenne. Il est dirigé par une Unité de Gestion de Projet (UGP) qui a pour missions, la coordination et la gestion opérationnelle des activités du projet. Il dispose d'un siège à Alger et de cinq antennes dans les régions : Alger, Annaba, Ghardaïa, Oran et Sétif. Il est constitué de trois volets¹⁸⁸ :

- *Volet 1 : Appui direct aux PME* : il s'agit de la réalisation de pré diagnostic, d'actions de mise à niveau dans les entreprises et l'organisation de séminaires de formation. Le bilan

¹⁸⁸ Boughadou A., « Politiques d'appui à la compétitivité des entreprises algériennes », Ministère de la PME et de l'Artisanat, Avril 2006.

de la fin décembre 2007, démontre que, ce programme a fait bénéficier 445 entreprises d'actions de mise à niveau ;

- *Volet 2 : Appui financier* : le projet a fourni un appui à la création d'un Fonds de Garantie des Crédits aux PME (FGAR) et a permis la formation d'analystes des banques algériennes aux techniques d'appréciation des risques entreprise ;
- *Volet 3 : Appui à l'environnement institutionnel des PME* : le projet a permis la création d'un Conseil National Consultatif de la PME. Il a aussi financé des formations destinées aux associations patronales et professionnelles ainsi qu'aux chambres de commerce et d'industrie et aux cadres du Ministère de la PME et de l'Artisanat¹⁸⁹.

Composée d'une équipe mixte d'experts européens et algériens. Une étude d'impact du programme EDPme a été réalisée au deuxième trimestre 2006, elle a révélé que :

- La mise à niveau intéresse toutes les entreprises ;
- L'impact du programme est jugé en majorité, satisfaisant sur l'évolution de l'entreprise ;
- Pour beaucoup de patrons, la compétitivité de leurs entreprises reste difficile à corrélérer avec les actions de la mise à niveau ;
- Certaines entreprises considèrent que le programme de mise à niveau ne satisfait pas leurs principales préoccupations¹⁹⁰.

c). Le Programme National de Mise à Niveau de la PME

Afin d'améliorer l'environnement des entreprises de petite taille et de promouvoir leur développement, étant données qu'elles ne sont pas prises dans le cadre des programmes précédents, les pouvoirs publics par l'intermédiaire du Ministère de la PME et de l'Artisanat ont mis en place un programme de mise à niveau cofinancé par l'Union Européenne en l'année 2000.

Le but de ce programme est d'améliorer les capacités de production de ces entreprises, une meilleure compétitivité au niveau des prix/qualité et innovation ainsi qu'une insertion dans le marché mondial. Le financement de ce programme est de l'ordre de 1 milliards DA

¹⁸⁹ ONUDI. Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel. Programme intégré pour l'amélioration de la compétitivité et l'appui à la restructuration industrielle en Algérie. Vienne. 23 août. 2006.

¹⁹⁰ Ministère de la PME et de l'Artisanat. Programme d'Appui aux PME/PMI: des résultats et une expérience à transmettre. Rapport final, Euro Développement PME. Décembre. 2007

annuellement. Pour piloter ce programme, l'Etat a créé l'Agence Nationale de Développement de la PME(ANDPME) par le décret exécutif N° 05-165 du 3 mai 2005¹⁹¹.

L'Algérie par ses organismes créés, ainsi que ses mécanismes instaurés, essaye de produire l'environnement adéquat pour un foisonnement de la création de petite et moyenne entreprise. Mais les moyens mis en œuvre, et les démarches ne peuvent être considérés comme efficace que par la connaissance des résultats les concernant.

¹⁹¹Boughadou A., « Politiques d'appui à la compétitivité des entreprises algériennes », Ministère de la PME et de l'Artisanat, Avril 2006.

SECTION III : UNE TPE ALGERIENNE FACE A SON ENVIRONNEMENT

3.1. Un secteur qui progresse toujours

Entre connaître l'environnement économique et analyser les chiffres qui le concernent, les TPE offrent cette singularité que, les données les concernant ne sont qu'une approximation des différents chercheurs et organismes de statistique ; car les TPE s'activant dans l'informel, sont nombreuses, et leur nombre exacts reste méconnu. Car elles représentent un échec pour l'Etat, qui n'a pu les faire basculer vers la normalisation, ou ce qui est communément appelé une économie formelle ; et cela même après les différentes politiques qu'il s'est employé à réaliser dans ce secteur.

3.1.1. Les TPE composantes majoritaire du tissu économique algérien

Depuis 1990, la création de TPE-PME a connu une croissance. Déjà 60 % des PME existantes en 2000 ont été créées après 1994, avec des TPE qui représentaient 90% de l'ensemble¹⁹². Le secteur privé est devenu prédominant au sein de l'économie, et ce grâce à la suppression des différents monopoles de l'état qui existait dans la plupart des secteurs d'activité. La privatisation de l'économie s'est faite principalement par ce mécanisme. Car ces TPE-PME privées deviennent prédominantes dans la plupart des secteurs représentant déjà 60% de la richesse produite en 1989, et atteint 80 % en 2000, et cela en dehors des hydrocarbures qui représentaient entre 25 et 30 % du PIB¹⁹³.

Selon les chiffres du Ministère des PME et de l'artisanat algérien, le nombre de PME en 2007 était de 410 959 entreprises pour une population de 33,8 millions d'habitants, soit 1,21 PME pour 100 habitants. Ce ratio est très faible en comparaison avec les pays développés. Calculé pour le Canada et la France ce ratio représente respectivement 4,28 et 4,19. Cela veut dire qu'il faut multiplier par 3,5 le nombre de PME en Algérie, pour arriver à une densité similaire à celle des pays développés.

Mais la croissance du secteur de la TPE-PME est réelle, et se confirme, par le bilan arrêté à la fin de décembre 2010¹⁹⁴, qui établit que le nombre des PME a augmenté de 28 000 unités

¹⁹² Données statistiques ONS.

¹⁹³ Bouyacoub A., « les PME en Algérie : quelles réalités ? », journée d'étude organisée au CNAM, dans le cadre du projet CNEP (GRIOT-CREAD), 11 octobre 2002.

¹⁹⁴ Bulletin du ministère de l'Industrie, de la PME et de la Promotion de l'investissement, 2011.

pour atteindre exactement 618 515 PME. Le secteur des PME qui demeure un pourvoyeur d'emplois, étant donné qu'il a permis la création de 1,6 million de postes, les PME qui représentent 94 % du tissu national des entreprises, 52 % du total de la production du secteur privé hors hydrocarbures et près de 35 % de la valeur ajoutée de l'économie algérienne.

La croissance de la TPE va en parallèle avec celle du secteur de la PME, sachant qu'elle est la composante principale de ce secteur, comme le démontre le tableau suivant :

Tableau 12 : Evolution de la structure des TPE en Algérie (1995-2008) en pourcentage

	1995	1999	2000	2007	2008
Micro-entreprises de 1 à 9 salariés	91	93.24	90	95.53	96.15
Petites et moyennes entreprises plus de 10 salariés	9	6.76	10	4.67	3.85
total	100	100	100	100	100

Source : Etabli à partir des statistiques de l'ONS, Rapport du CNES sur la PME (2002) et les statistiques disponibles sur le site du Ministère de la PME et de l'artisanat.

Le constat est tel, que la TPE reste la dominante comme forme d'entreprise, par une croissance annuelle. La preuve d'un esprit d'entreprise présent en Algérie, suivant une dynamique particulière.

3.1.2. La dynamique de la création des TPE

Cette dynamique de création, peut-être scindé en trois formes générales¹⁹⁵:

- « *Des créations classiques* », due plutôt à « l'investissement privé », se composant ainsi de fonds propres (près de 70% des créations) ;
- « *Des micro-entreprises des jeunes* », dues à l'incitation étatique, et à l'aide à la création de l'ANSEJ (29 % des créations) ;
- « *Des sociétés de salariés* », composées d'anciennes entreprises publiques dissoutes, et rachetées par les employés, et cela grâce à des modalités spécifiques (1%).

¹⁹⁵ Assala K., « PME en Algérie : de la création à la mondialisation », congrès sur L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse, 25, 26, 27 octobre 2006.

L'Algérie, selon les différentes études, contient des entreprises qui se composent de « micro-entreprises familiales semi-informelles », qui sont plutôt indépendantes, dans leurs capitaux, et nullement liées ; agissant dans un marché qui compte aussi de grandes entreprises familiales, plus favorisées institutionnellement, plus amène à suivre le progrès technique. S'ajoutant à cela d'autres facteurs, des facteurs liés à la situation politique, et une insécurité établie ; ce qui a fait que l'informel fut la voie la plus empruntée par les TPE, nous ramenons vers cette volatilité, parfois voulue par ses entrepreneurs, qui ne garantissent pas le lendemain de leur activité¹⁹⁶.

Malgré que l'Etat a procédé, à des restructurations et des assainissements, et cela à plusieurs reprises, entre 1991 et 2001. Ajoutant à cela, un secteur bancaire qui ne remplit pas son rôle, de moteur pour la croissance ; ceci est plutôt dû, au manque de politique d'encouragement pour ces formes d'entreprises, et des banques habituées à financer les entreprises étatiques plutôt que les PME. Ainsi l'étude d'Y.Hamed en 2002¹⁹⁷ démontre que, la plupart de ces entrepreneurs de TPE, quand ils ont recours au financement, ils optent pour la finance informelle ; et cela, face à un secteur bancaire inflexible. Le contexte prédominant d'une centralisation favorisant la lourdeur des procédures, n'est pas à écarter, ainsi que la prolifération de la corruption, qui fait que l'Algérie est à plusieurs fois montrée du doigt par les différents organismes internationaux.

Les études faites par A.Gillet (2003)¹⁹⁸, Y.Hamed (2003)¹⁹⁹, K.Assala (2006)²⁰⁰ montrent que les TPE algériennes ont des caractéristiques et des singularités :

- Les TPE se spécialisent dans des activités que le secteur public n'assume plus ; qualifiées de rentières, et nullement innovatrices ;
- Des entreprises familiales dans la forme, aussi bien que dans la constitution de capital ;

¹⁹⁶ Idem.

¹⁹⁷ Hamed Y., « Le financement de la micro-entreprise au Maghreb : cas de 429 micro entrepreneurs algériens » - Cahier du GRATIS n°22 - Université Paris XII. 2002.

¹⁹⁸ Gillet A., « Les entrepreneurs algériens créateurs de petites entreprises : un groupe hétérogène entre logiques sociales, domestiques et logique économique capitaliste » cahiers du CREAD, 2003.

¹⁹⁹ Hamed Y., « Le financement de la micro-entreprise au Maghreb : cas de 429 micro entrepreneurs algériens » - Cahier du GRATIS n°22 - Université Paris XII, 2002.

²⁰⁰ Assala K., « PME en Algérie : de la création à la mondialisation », congrès sur l'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse, 25, 26, 27 octobre 2006.

- Des TPE qui ont un côté informel, que se soit par l'activité, ou bien dans le financement, ou dans leurs fonctionnements ;
- Elles occupent un marché local, et peu national, et très rarement international ;
- Les relations inter-entreprises, en matière de coopération, sont très rare ;
- Une certaine méfiance envers les autorités publiques ;
- Les nouveaux mécanismes de croissances tels l'ouverture de capital, ou bien le regroupement, sont inexistantes ;
- La TPE algérienne manque généralement de ressource, et dans le cas où elle en a, elle les sous-utilise faute d'un environnement propice aux affaires.

3.2. La TPE algérienne et l'informel

Pour A.Bouyacoub l'informel regroupe trois aspects principaux²⁰¹ :

- La sous-déclaration qui concerne les ressources utilisées comme la main d'œuvre, les équipements, les fonds propre les dettes mais également les ressources produites et principalement la production vendue ;
- La pratique des ventes et des achats sans facture ;
- La fraude fiscale.

L'informel qui permet à un grand nombre de TPE de fonctionner et même de survivre, et cela par le recours aux crédits interentreprises et au réseau de financement familiaux en général, mais cela permet aux TPE-PME de financer leurs activités à un coût plus faible que celui des banques²⁰². Elles sont ainsi prises au piège de l'économie informelle. Car fuir les institutions par le choix de la non-normalisation de leurs activités, fait qu'elles ne peuvent être acceptées selon les critères bancaires, pour l'obtention d'un crédit.

A travers les différentes études et analyses, il apparaît que la TPE utilise une combinaison de mécanismes, des fois même contradictoires, en opposant l'économie traditionnelle, tel les réseaux familiaux, avec les mécanismes modernes, tel les crédits bancaires ; alors d'autres économistes voient en cela une adaptabilité fulgurante des TPE, ce qui justifie leur survie ; car ce n'est ni les réformes non-aboutit et chaotique, que l'Algérie a connu, ni la criminalité économique, qui ont freiné cette croissance. Et si l'Etat a échoué à faire en sorte que ces TPE optent pour la formalisation de leurs activités et fonctionnements, ceci ne doit pas remettre en

²⁰¹ Bouyacoub A., « les PME en Algérie : quelles réalités ? », journée d'étude organisée au CNAM, dans le cadre du projet CNEP (GRIOT-CREAD), 11 octobre 2002.

²⁰² Bouyacoub A., « les PME en Algérie : quelles réalités ? », journée d'étude organisée au CNAM, dans le cadre du projet CNEP (GRIOT-CREAD), 11 octobre 2002.

cause l'apport indéniable de ces entreprises en ce qui concerne l'économie algérienne ; car rien qu'en ce qui concerne l'emploi, la TPE informelle demeure un réservoir pour l'emploi, et pas des moindres²⁰³.

Car l'étude d'Y.Hamed 2002²⁰⁴ montre que ces entrepreneurs font ce choix, pas seulement pour gagner plus, mais aussi pour assurer la survie de leur entreprise. La question qui demeure posée, c'est : est-ce que l'Etat tolère cela à cause de son incapacité à les formaliser ?

²⁰³ Assala K., « PME en Algérie : de la création à la mondialisation », congrès sur L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse, 25, 26, 27 octobre 2006.

²⁰⁴ Hamed Y., « Le financement de la micro-entreprise au Maghreb : cas de 429 micro entrepreneurs algériens » - Cahier du GRATIS n°22 - Université Paris XII, 2002.

3.3. Création d'entreprise et entreprendre : l'Algérie à la traîne par rapport à ses voisins

Le comportement des gouvernements et des institutions envers l'entreprise, par l'assouplissement, ou la restriction et le durcissement des réglementations, à travers le levier qu'a le législateur en main, qu'est la loi, représente un facteur et pas des moindres dans la création d'entreprise. Car l'investisseur privé, étranger ou national investit, dans le cas où les obstacles sont levés. Et quand le succès n'est pas au rendez-vous, c'est en raison de l'absence ou de l'insuffisance des politiques publiques.

Dans cette comparaison entre ses trois pays du Maghreb : Algérie, Maroc, Tunisie ; nous montrons que, créer un environnement propice à la création d'entreprise, ne dépend pas seulement des moyens, mais de la volonté affichée d'un Etat à soutenir l'action entrepreneuriale, et la dynamique de la création d'entreprise.

3.3.1. Une Algérie plus riche que ses voisins :

Tableau n° 13 : Comparaison entre Algérie, Maroc et Tunisie (PIB, croissance, exportations et importations)

pays	Rang des pays par PIB	PIB (millions de dollars américains)	Taux de croissance (en %)	Exportation (en milliards de dollars)	Importations (en milliards de dollars)	Population
ALGERIE	48	158 969	4,1	52.03	38.5	34 895 470
MAROC	59	91 702	4,2	14.49	34.19	31 992 592
TUNISIE	76	43 863	3,4	16.11	20.02	10 432 500

Source : Les estimations de la Banque Mondiale 2010, <http://fr.wikipedia.org/>

Ce tableau nous démontre que, l'Algérie est un pays riche, et cela par rapport à ses deux voisins, qui sont le Maroc et la Tunisie. Les chiffres de 2010, qui sont une estimation de la Banque Mondiale, classe l'Algérie comme 48^{ème} pays au monde, en ce qui concerne le PIB (produit intérieur brut), sachant que le montant du PIB algérien, est de près de 159 milliards (US \$), ce qui représente 173% celui du Maroc, et de 362% celui de la Tunisie, donc l'Algérie est bien loin devant, par rapport à ces deux voisins, qui se classe ainsi, le Maroc 59^{ème} et la Tunisie 76^{ème}.

La démographie d'un pays peut jouer un rôle primordiale dans la compréhension de se facteur, et peut même renverser se classement ; mais en réalité, les données démographique annonce un produit individuel brut de 4420 (US \$) pour l'Algérie, 2790 (US \$) pour le Maroc, et de 3720 pour la Tunisie²⁰⁵. L'Algérie qui est aussi classée le dixième pays, détenant le plus de réserves de changes au monde²⁰⁶.

La balance des échanges commerciaux, qui joue un rôle dans la création d'entreprise, car le volume des échanges est un élément qui favorise la croissance des entreprises déjà existantes, et la naissance d'autres, qui veulent agir dans la sphère des échanges internationaux ; en ce qui concerne l'Algérie le volume global des échanges est de 90.53 milliards (US \$), et cela représente presque 186% de celui du Maroc et de 250% celui de la Tunisie ; avec un spécificité, que cette balance est positive dans le cas de l'Algérie, ce qui n'est pas le cas de ses deux voisins, avec une balance négative.

3.3.2 La croissance un indicateur de différenciation

L'Algérie avec un taux de croissance de 4.1%, ne montre nullement qu'elle distance ses deux voisins, par rapport au moyen d'en elle dispose, avec un Maroc qui réalise une croissance de 4.2%. Ce qui nous pousse vers cette interrogation, autours des moyens qui sont réellement mis à disposition pour encourager la création d'entreprise, qui représente le moteur de la croissance. Mais avant tout il faut comprendre cette dynamique de la croissance chez nous et chez nos voisins.

a). *L'absence d'une croissance régulière*

Dans son analyse de la croissance algérienne²⁰⁷, A.Benachenhou insiste sur le fait est « *qu'une croissance nécessite plus d'impulsion aux dynamiques sectorielles, plus d'attention au renforcement des entreprises et moins de polarisation sur la dépense publique qui structure, pour l'essentiel, la politique économique actuelle et dont les effets sur la croissance sont ambivalents* »²⁰⁸. Et il note Une faible dynamique du financement des investissements du secteur privé, due en partie a :

²⁰⁵ www.doingbusiness.org

²⁰⁶ www.wikipedia.org

²⁰⁷ Benachenhou A., « Pour une meilleure croissance », édition Alpha Design, Juin 2008.

²⁰⁸ Benachenhou A., « Pour une meilleure croissance », édition Alpha Design, Juin 2008.

- ~ La qualité du projet qui limite la distribution du crédit, et cela à cause de l'absence d'informations complètes et d'études économiques ;
- ~ La faible qualité de l'information financière, ce qui freine la propension des banques à prêter ;
- ~ La faiblesse de la qualité de l'environnement juridique, car les banques considèrent que les risques de défaut de paiement sont plus grands, quand il s'agit d'une PME.

Et il dénote pour la croissance algérienne des spécificités assez contraignante pour l'investissement :

- ~ Une croissance môle et instable, car entre 2001 et 2008, les chiffres montrés que le PIB était concentré à hauteur de 65% dans l'hydrocarbure et les services ; un degré de concentration dangereusement élevé ;
- ~ Une croissance volatile, car les chiffres de la croissance algérienne sont : 2,1 en 2001, 4,2 en 2002 et 6,9 en 2003, alors qu'elle bascule avec 1,8 en 2006, et se relance avec 3,4 en 2007, et 5.2 en 2008 ;
- ~ Une croissance de mauvaise qualité, car elle est d'un côté tirée vers le haut par l'agriculture et la construction, et de l'autre côté, tirée par le bas par la faible performance de l'industrie manufacturière ;

b). Que font nos voisins pour la croissance

⇒ Le Maroc

En ce qui concerne le Maroc, la stratégie s'est faite sur plusieurs plans, comme ²⁰⁹ :

- ~ *Le plan d'émergence et de développement économique* : c'est un plan que le Maroc a mis en œuvre, pour contrer cette spécialisation élevée de l'économie dans les domaines traditionnels. Un plan qui a commencé en 2006, avec l'ambition d'accroître de 1,6 point par an le Produit Intérieur Brut, de réduire le déficit commercial et de créer environ 440.000 postes d'emploi. Parmi les principaux objectifs de ce plan, dont les jalons ont été posés par un cabinet d'étude étranger (McKinsey), la mise à niveau du secteur industriel, sa modernisation et la consolidation de sa compétitivité sur la base d'un diagnostic

²⁰⁹ « Stratégie nationale de développement de la compétitivité logistique », rapport du Ministère de l'équipement et du transport marocain, 2010.

scientifique précis, qui a permis d'identifier les points faibles et les points forts du tissu industriel marocain ;

- ~ *Le plan Azur et le développement touristique* : initié en 2001, ce plan est destiné à moderniser et à développer le secteur touristique pour lequel l'objectif fixé est de 10 millions de touristes en 2012 et des recettes de plus de 7 milliards de dollars ;
- ~ *Le plan Halieutis de la pêche maritime*: un plan tablant sur un développement des techniques de capture locale, mais aussi sur l'installation au Maroc de la transformation et de la réexportation vers les grandes zones de consommation de captures faites ailleurs ;
- ~ *Le plan Maroc Vert* : par un renforcement de la compétitivité des exportations et de la commercialisation locale des produits agricoles ;
- ~ *Le plan Rawaj du commerce intérieur* : un plan pour renforcer la compétitivité de la distribution locale des marchandises.

⇒ *La Tunisie*

La Tunisie a réussi, tout en s'ouvrant sur l'extérieur, à édifier une industrie et une économie diversifiées et à enregistrer une croissance soutenue sur la longue période (une moyenne de 5,2% par an au cours des quarante-cinq dernières années 1960-2005), et cela par des plans comme ²¹⁰:

- ~ *La diversification dans l'industrie manufacturière* : car cela se confirme en 2007, par une transformation dans la structure de la croissance, avec l'apparition de branches nouvelles, telles les composants électroniques, les équipements mécaniques ; ce qu'a fait que les produits manufacturés représentaient 70% des exportations ;
- ~ *Le renforcement du secteur touristique* : et cela par la mise à niveau du secteur hôtelier, pour une meilleur compétitivité avec ses voisins de la méditerranée, tel le Maroc et la Grèce ;

Car par sa participation en tant que membre à part entière au GATT depuis 1990, la Tunisie a signé plusieurs accords commerciaux préférentiels régionaux, avec des pays qui représentent l'essentiel de ses partenaires commerciaux, améliorant ainsi ses échanges commerciaux, et tablant sur une meilleure productivité, et une mains-d'œuvre locale moins chère, pour attirer l'investisseur étranger.

²¹⁰ Ben Romdane M., « Commerce et stratégies de développement : le cas tunisien », rapport CAPC (Centre Africain de Politique Commerciale), n°53, 2007.

3.3.3. Un environnement de moins en moins propice pour investir

Tableau n° 14 : Evolution du classement de Doing Business pour l'Algérie, Maroc, Tunisie entre 2009 et 2011.

PAYS	Doing Business 2009 Classement	Doing Business 2011 Classement
ALGERIE	132	136
MAROC	128	114
TUNISIE	73	55

Source : Analyse des estimations www.Doing Business.org(site de la Banque Mondiale)

Ce classement prend en compte plusieurs indicateurs : Création d'entreprise, Octroi de permis de construire, Transfert de propriété, Obtention de prêts, Protection des investisseurs, Paiements des impôts, Commerce transfrontalier, Exécution des contrats, Fermeture d'entreprise. Car c'est le reflet des efforts qu'un état s'emploie à faire pour attirer de plus en plus d'investisseur dans son pays, et inciter à la création d'entreprise.

Ce qui montre que le Maroc est passé de la 128^{ème} place en 2009 à la 114^{ème} place en 2011, en ce qui concerne la Tunisie elle est passée de la 73^{ème} place à la 55^{ème} place, améliorant leur classements ces deux pays qui pourtant sont moins riche que l'Algérie. Alors que l'Algérie est passée de la 132^{ème} place à la 136^{ème}. Ce déclassement, peut être expliqué par les tableaux que nous abordant maintenant. Les deux tableaux suivants indiquent ainsi ses variations dans les indicateurs entre ses trois pays.

Tableau n°15 : Tableau des indicateurs de Doing Business 2011 pour l'Algérie, Maroc, Tunisie

Classements par catégorie	Doing Business, les classements 2011		
	Classement Algérie	Classement Maroc	Classement Tunisie
Création d'entreprise	150	82	48
Octroi de permis de construire	113	98	106
Transfert de propriété	165	124	64
Obtention de prêts	138	89	89
Protection des investisseurs	74	154	74
Paiements des impôts	168	124	58
Commerce transfrontalier	124	80	30
Exécution des contrats	127	106	78
Fermeture d'entreprise	51	59	37

Source : Analyse des estimations www.Doing Business.org(site de la Banque Mondiale)

Tableau n°16: Evolutions des indicateurs de Doing Business 2011 pour l'Algérie, Maroc, Tunisie

Classements par catégorie	Les Variations dans le classement entre 2010 et 2011		
	ALGERIE	MAROC	TUNISIE
Création d'entreprise	↓ -3	↓ -6	↓ -3
Octroi de permis de construire	↓ -2	↑ 1	↓ -1
Transfert de propriété	↓ -6	↓ -1	↓ -6
Obtention de prêts	↓ -3	↓ -2	↓ -2
Protection des investisseurs	↓ -1	↑ 11	↓ -1
Paiements des impôts	↓ -1	↓ -2	↑ 59
Commerce transfrontalier	↓ -2	↓ -5	↓ 2
Exécution des contrats	↓ -3	Aucun changement	↓ -2
Fermeture d'entreprise	0	↑ 9	↓ -3

Source : Analyse des estimations www.Doing Business.org(site de la Banque Mondiale)

En ce qui concerne les conditions nécessaires pour un foisonnement de la création d'entreprise, l'Algérie se classe bien derrière ses deux voisins, car en matière de création d'entreprise, la Tunisie est bien classée, avec la 48^{ème} place, alors que l'Algérie, est bien loin avec sa 150^{ème} place, car il est plus facile d'obtenir un permis de construire au près des autorités marocaine et tunisienne, qu'au près de leurs homologues algériens ; le transfert de propriété est un des indicateurs qui intéresse particulièrement les investisseurs, mais l'Algérie reste l'un des pays les plus décourageant, car l'investisseur étranger se voit refuser le droit à la propriété.

La notification du secteur bancaire algérien n'en est pas meilleure, car pendant que nos deux voisins sont classés 89^{ème}, ce qui ne les classe pas parmi les meilleurs, l'Algérie fait pire, avec sa 138^{ème} place. Car comme nous l'avant déjà indiquer auparavant, la bureaucratie bancaire en Algérie reste présente, et marche en couple avec la bureaucratie administrative qui ne désenchante pas dans notre pays.

Dans la protection des investisseurs, l'Algérie bizarrement est bien classée, suivant sa voisine la Tunisie avec leur 74^{ème} place, ceci-dit, cette protection est liée à des fonds de garantie que chaque pays met en place, ce qui montre la différence de moyens, car le Maroc est bien loin derrière avec sa 154^{ème} place. La lourdeur bureaucratique, et l'environnement ressentit comme inadéquats par l'investisseur et l'entrepreneur, le pousse à être de mauvaise volonté envers cette administration, qu'est les impôts, et l'un des facteurs primordial est le taux d'imposition ; car malgré les réformes engagés par l'état algérien, la Tunisie demeure parmi les leaders dans se domaine, par la création de niche fiscale pour les entreprises qui s'installeraient et généreraient de l'emploi.

En ce qui concerne le commerce transfrontalier, malgré le volume bien loin devant ses voisins mais la réalité est autre, car le volume des échanges commerciaux en Algérie est dopé par l'exportation des hydrocarbures, qui depuis longtemps représente plus de 90% des exportations du pays, donc le commerce transfrontalier ne se distingue pas réellement en Algérie, alors que la Tunisie avec une population de presque le tiers de se qui en est en Algérie, et un PIB bien en deçà, se classe 30^{ème} mondiale, en face de l'Algérie et sa 124^{ème} place. Sur la longévité des entreprises, l'Algérie classe parmi les bons élèves, avec sa 51^{ème} place, pas aussi bien que la Tunisie 37^{ème}, et le Maroc pas loin avec sa 59^{ème} place.

Donc l'Algérie est dans ce classement, loin derrière ses voisins, et à travers les indicateurs, elle ne se distingue nullement alors que la Tunisie bas le pavé pour rejoindre le

peloton de tête. Mais entretemps est-ce que l'Algérie fait des efforts pour améliorer ses indicateurs, ou plutôt son environnement économique par rapport à ses deux voisins.

Tableau n°17 : Le classement Doing Business 2011 (par catégorie) de l'Algérie

Doing Business 2011 de l'Algérie			
Classements par catégorie	DB 2011 Classement	DB 2010 Classement	Variation dans le classement
Création d'entreprise	150	147	-3
Octroi de permis de construire	113	111	-2
Transfert de propriété	165	159	-6
Obtention de prêts	138	135	-3
Protection des investisseurs	74	73	-1
Paiements des impôts	168	167	-1
Commerce transfrontalier	124	122	-2
Exécution des contrats	127	124	-3
Fermeture d'entreprise	51	51	0

Source : Analyse des estimations www.Doing Business.org(site de la Banque Mondiale)

La comparaison entre ses deux années, 2010 et 2011, montre que, si au niveau de la fermeture des entreprises, l'Algérie garde sa place honorable, les autres indicateurs restent assez décevant, car l'Algérie ne montre nullement qu'elle cherche une optique de l'évolution de l'investissement et de la création de l'entreprise ; avec un durcissement du transfert de propriété, et pour l'octroi de permis de construire, poussant les investisseurs, ceux des grands projets industriels a préférer nos voisins (DACIA et l'usine de la Logan au Maroc).

Le rôle des banques est primordiale pour la création d'entreprise, mais le classement de l'Algérie montre que, la banque d'Algérie ne remplit nullement son rôle d'aiguilleur économique, qui travail pour la prospérité et la croissance. La création d'entreprise reste l'indicateur de base qui nous intéresse, un indicateur qui ne progresse pas, et qui peut mettre en lumière, les blocages qui existent, en défaveur de l'entrepreneuriat.

3.3.4. L'Algérie : un pays en retard dans la création de l'entreprise

La Banque Mondiale établit le classement de la création d'entreprise en prenant en compte des facteurs suivants :

- Nombre de procédure : Le nombre total de procédures nécessaires pour l'enregistrement d'une entreprise. Une procédure est définie comme une interaction entre les créateurs de l'entreprise et les partenaires externes (par exemple, les organismes gouvernementaux, avocats, auditeurs ou notaires) ;
- Délai d'enregistrement d'une entreprise : Le nombre total de jours nécessaires pour l'enregistrement d'une entreprise. La mesure rend compte de la durée moyenne que les avocats chargés de l'immatriculation indiquent comme étant nécessaire pour l'accomplissement d'une procédure avec un minimum de suivi auprès des organismes gouvernementaux et sans frais supplémentaires ;
- Le cout (% revenu par habitant) : Le coût est enregistré sous la forme d'un pourcentage du revenu par habitant du pays. Il intègre tous les frais officiels et les honoraires payés pour les services d'avocats et les services professionnels si ces services sont requis par la loi ;
- Capital minimum versé (% revenu par habitant) : La somme que l'entrepreneur doit déposer dans une banque ou auprès d'un notaire avant son enregistrement et pour un délai allant jusqu'à 3 mois après la constitution de son entreprise et est enregistrée sous la forme d'un pourcentage du revenu par habitant du pays.

En plus du fait que l'Algérie reste à la traîne par rapport à ses deux voisins en ce qui concerne la création de l'entreprise, mais aussi au niveau de tous les facteurs qui favorisent cette dernière. L'Algérie demeure un pays où l'entrepreneur se voit face à beaucoup de procédure à faire, pour pouvoir s'engager dans la voie de l'entrepreneuriat, avec des délais d'enregistrement supérieur, même devant les pays du Moyen-Orient et Afrique du Nord, et un cout de création et un capital versé qui est favorisant, mais pas qu'autant que les pays de l'OCDE.

Tableau n° 18 : Le classement de l'Algérie Doing Business 2011- création d'entreprise (par rapport au Moyen-Orient et Afrique du nord, et les pays de l'OCDE)

	Algérie	Moyen-Orient et Afrique du Nord	OECD
Nombre de procédure	14	8,1	5,6
Délai d'enregistrement d'une entreprise	24	20	13,8
Coût (% revenu par habitant)	12,9	38	5,3
capital minimum versé (% revenu par habitant)	34,4	104	15,3

Source : Analyse des estimations www.DoingBusiness.org(site de la Banque Mondiale)

L'esprit d'entreprise qui se diffuse au sein de la société sous certaines conditions, ses conditions qui sont liées à des procédures administratives, donc l'entrepreneur existe et agit, si on lui permet d'agir. Et ce tableau montre que les discours politiques pour des réformes économiques, et pour la facilitation pour rendre l'entrepreneuriat propice en Algérie, ne sont pas réellement présents sur le terrain.

CONCLUSION

L'ouverture économique de l'Algérie amorcée dès 1989, a été un levier dans un développement important du parc des entreprises privées. Ce développement concerne aussi bien le nombre de nouvelles entreprises que leur poids dans les différents secteurs d'activité, et sous toute formes quelles peuvent prendre. Ses entreprises qui se développent, sont caractérisées par le fait est qu'elles sont majoritairement des TPE, La grande entreprise ne constitue plus la structure économique dominante.

La TPE qui s'inscrit dans la lignée de son créateur « *l'entrepreneur* », par la difficulté de lui donner une définition économique standard ; cette entité qui table sur la proximité, et s'appuie sur son dirigeant, avec une stratégie particulière.

Mais la TPE ne s'est pas encore imposée dans la politique économique, ni dans la culture des décideurs économiques algériens. Avec un environnement économique qui n'est pas encore totalement libéré des entraves à l'investissement, et un législateur qui ne prend nullement en compte sa difficulté de survie et sa spécificité. Cette spécificité, la TPE elle la tient de son créateur « *l'entrepreneur* ».

« *Plus la taille d'une entreprise est réduite, plus l'influence des dirigeants se fait directement sentir* »²¹¹, alors pour comprendre la TPE, ne doit-on pas identifier et comprendre son créateur ?

²¹¹ Hernandez E.M., « Le processus entrepreneurial », édition L'harmattan, avril 1999.

Chapitre 3 :

***Etude d'un échantillon d'entrepreneur de
TPE en Algérie (cas de la Wilaya d'Oran)***

INTRODUCTION

F.Quesnay écrit « *pour réduire les vérités dans leurs justes bornes, on doit avoir recours à des faits et à des expériences....., il faut raisonner sur les faits, rechercher et rassembler ce qui est épars, arranger et apparier ce qui est confondu, en un mot bâtir un système qui, à la vérité, tient tout de cette expérience* »²¹².

Après une présentation de l'entrepreneur et de différentes typologies qui peuvent le décrire, et une présentation de l'entité qu'il crée, dans notre cas c'était plutôt la TPE (Très Petite Entreprise), nous avons consacré ce chapitre à la partie empirique de notre mémoire. Cette expérience de la recherche scientifique sur le terrain, autour d'un acteur hétérogène, nous a produit des données sur des facteurs : environnementaux, institutionnels, financiers, et parfois socio psychologiques.

Mais toute recherche scientifique, se doit de respecter un cheminement logique. Comme l'écrit A.Comte « *la méthode n'est pas susceptible d'être étudiée séparément des recherches où elle est employée* »²¹³, c'est pour cela que, ce chapitre débute avec une présentation de la méthodologie employée pour notre enquête.

Notre enquête, qui visait à mettre en lumière les caractéristiques de cet agent économique, et aussi présenter le profil qui en ressort ; et notre but ne visait pas la production de données chiffrées exactes, car cela nous aurais demandé d'employer une autre méthodologie pour notre enquête. Car l'entrepreneur de TPE en Algérie existe, mais pourquoi il décide de le devenir ? Et comment il agit ? Et comment il perçoit son avenir ? Autant d'interrogations, à laquelle, ce chapitre essaye d'apporter des réponses.

²¹² Quesnay F., « Essai sur l'économie animale », 1736.

²¹³ Comte A., « Cours de philosophie positive », 1830.

SECTION I : PRESENTATION DE L'ENQUETE

1.1 L'enquête psychosociale

Notre présentation de l'enquête psychosociale, se base sur le travail de R.Mucchielli, qui à travers son livre «*Le questionnaire dans l'enquête psychosociale*»²¹⁴, présente la dimension spécifique de cet outil d'étude et de recherche.

1.1.1. Définition et difficultés de l'enquête psychosociale

C'est une recherche d'information, basée sur deux idées :

- ~ Recherche méthodique : satisfaire à certaines exigences de rigueur, permettant d'aboutir à des résultats «quantifiables », donc traduisibles en chiffres ;
- ~ Recherche s'appliquant à une réalité particulière : et cela sur la vie psychosociale d'un groupe social, ses comportements, ses goûts, ses opinions, ses besoins, ses attentes, sa manière de travailler, son action et réaction, sa manière de vivre...; le problème demeure dans l'obtention d'information digne de confiance sur la réalité psychosociale²¹⁵.

1.1.2. Les objectifs d'une enquête psychosociale

- ~ Les données dites personnelles, concernant l'individu : degré d'instruction, nationalité, données professionnelles, familiales..etc. ;
- ~ Les données sur l'environnement ;
- ~ Les données de comportement ;
- ~ Les niveaux d'information, opinion et attentes, qui demeurent de vaste champ ;
- ~ Les attitudes et motivations : présentées comme étant celles qui poussent à l'action, de facto, le pourquoi des comportements et des opinions.

²¹⁴ Mucchielli R., « Le questionnaire dans l'enquête psychosociale », collections formation permanente en sciences humaines, édition ESF, 1993.

²¹⁵ La réalité psychosociale est une réalité spécifique : la réalité sociale a une vie à elle, irréductible à la vie des individus, la saisir à travers l'observation et l'opinion des individus.

1.1.3. Les méthodes et les risques d'erreur

Les méthodes elles sont trois :

- ~ L'observation ;
- ~ Les méthodes d'interviews ;
- ~ Le questionnaire (qui est l'outil dans notre cas).

Le questionnaire peut-être l'un des deux :

- ~ Le questionnaire d'auto-administration : où le sujet est seul devant le questionnaire, et note les réponses (qui est la méthode employée pour notre enquête) ;
- ~ Le questionnaire par enquêteur : où l'enquêteur pose les questions, et note les réponses de l'enquêté.

1.1.4. Le biais

Selon R.Mucchielli « C'est la déformation ou le risque de déformation, donc d'erreur, encourue par l'enquête, que sa soit : au niveau de la population, au niveau de l'échantillon, au niveau de la construction du questionnaire, ou par l'attitude du questionneur, et dans le respect des douze étapes d'une enquête psychosociale »²¹⁶. Une erreur qui est fréquente dans les enquêtes psychosociales.

²¹⁶ Etapes de l'enquête psychosociale : **1.** Définition de l'objet de l'enquête, et l'étude des moyens matériels (contraintes de budget et de temps) **2.** La pré-enquête **3.** La détermination des objectifs et les hypothèses de l'enquête **4.** La détermination de la population **5.** La détermination de l'échantillon **6.** Le choix des techniques à utiliser, et la rédaction du projet de questionnaire **7.** Le pré-test, ou la mise à l'épreuve du projet de questionnaire **8.** La rédaction définitive du questionnaire **9.** Le choix de mode d'administration du questionnaire **10.** Le dépouillement et le codage des résultats **11.** L'analyse des résultats en relation avec l'objectif de l'enquête **12.** La solution des problèmes de la rédaction du rapport, et de la publication éventuelle des résultats.

1.2 Le questionnaire

Pour aborder cette enquête, spécifique à l'entrepreneur, nous nous sommes fixés plusieurs objectifs :

- Etablir un questionnaire qui pourrait faire ressortir le plus possible, les facteurs caractéristiques des entrepreneurs choisis, qui sont dans notre cas des entrepreneurs de TPE (Très Petite Entreprise), installés dans la wilaya d'Oran ;
- Choisir un échantillon d'entrepreneur qui serait assez représentatif et coopératif, en même temps qui pourrait nous permettre d'établir des comparaisons avec des enquêtes déjà réalisées, dans la différence serait en premier lieu le facteur temporel ;
- Choisir cet échantillon pour nous permettre de réaliser des comparaisons entre les différents groupes qui le composent, que ce soit par la différence d'âge, le niveau d'instruction, le milieu social... etc ;
- Choisir une approche méthodologique, dans le champ de la recherche entrepreneuriale, pour pouvoir établir une comparaison avec des typologies déjà existantes, dans notre cas se fut prendre en compte la méthodologie d'approche du modèle A.Shapero, et le facteur de vision chez L.-J.Fillon. Et aussi identifier l'approche entrepreneuriale.

1.2.1. Une méthodologie de recherche entrepreneuriale

a). Un modèle entrepreneurial

Le modèle de A.Shapero établi en 1975, enrichi par la suite par A.Belley et J.A.Timmons (1989 et 1990), est un modèle qui nous permet d'aborder une enquête sur les entrepreneurs sous trois facteurs psychologiques ²¹⁷:

- 1) La discontinuité ou déplacement (variable de situation) : négatives (push) pousser par une mauvaise situation, tel un licenciement, le chômage, alors en crée notre propre entreprise. Positives (pull) dues à la découverte, et les bonnes rencontres ;
- 2) La crédibilité de l'acte (A.Stinchcombe parle de manque de crédibilité et la vulnérabilité qui en découle sont les conséquences de la jeunesse de l'entreprise)²¹⁸, variable sociologique, en ayant des membres de la famille entrepreneurs, qui nous donneront l'exemple, ou le milieu professionnel dans le cas des regroupements (SiliconValley), ou

²¹⁷ Hernandez E.M., « Le processus entrepreneurial », édition l'harmattan, avril 1999.

²¹⁸ Stinchcombe A., "Social structure and organizations", édition James March, 1965.

le milieu social au sens large, par exemple le protestantisme à favoriser l'esprit d'entreprise;

- 3) La faisabilité de l'acte : qui est une variable économique, car pour créer son entreprise, l'entrepreneur doit accéder à certaines ressources, les américains parlent des 6M de l'entreprise : *money, men, machines, materials, market, management*.

b). La vision entrepreneuriale

En ce qui concerne la vision entrepreneuriale, L.J.Filion parle d'elle comme une qualité essentielle chez l'entrepreneur²¹⁹ ; car c'est par elle que l'entrepreneur décide des actions à mener dans son futur. La vision avec cette dimension propre et unique, dépendant de l'individu qui la perçoit, et même parfois la ressent. Qualifiée de primordiale dans le cycle de création d'entreprise chez l'entrepreneur, identifiée selon T.Verstate et B.Saporta suivant ses termes : « *il n'est pas déraisonnable de concevoir (en parlant du projet) ce dernier comme n'existant, à l'origine, que dans l'immatérialité de la pensée du créateur désirant le concrétiser* »²²⁰.

P.Drucker qualifie l'entrepreneur comme étant innovateur²²¹, et ce ne fut pas le seul ; être innovateur, c'est de fait être visionnaire, car l'entrepreneur érige une nouveauté, que seul lui perçoit ; mais en réalité ceci réduit le champ de la vision chez l'entrepreneur, à seulement la création ex nihilo, alors que la vision selon T.Verstate et B.Saporta peut s'apparenter à la clairvoyance, s'écartant ainsi, de ce qui est défini normativement comme rationnel ; les définitions peuvent différer mais le consensus est que « la vision est portée par un individu, par exemple un entrepreneur ayant une certaine représentation des affaires »²²².

⇒ Les fondements de la vision

Selon T.Verstate et B.Saporta « *si la vision s'amende par l'action, elle est avant tout ce que les psychologues appellent une connaissance conceptuelle, qui peut concerner un objet* »²²³. Mais qu'est-ce qu'une connaissance conceptuelle ? cette connaissance produit d'une

²¹⁹ Filion L.-J., "Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances", Revue Internationale P.M.E, vol. 10, n° 2, p. 129-17, 1997.

²²⁰ Verstate T. et Saporta B., «Création d'entreprise et entrepreneuriat », édition l'ADREG, 2006.

²²¹ Drucker P., « Les entrepreneurs », éditions Lattés, 1985.

²²² Verstate T. et Saporta B., «Création d'entreprise et entrepreneuriat », édition l'ADREG, 2006.

²²³ Verstate T. et Saporta B., «Création d'entreprise et entrepreneuriat », édition l'ADREG, 2006.

construction de l'esprit²²⁴, une construction généraliste plutôt que précise, et ce qui est qualifié par T.Verstate et B.Saporta «de schéma, ce dernier qui est une représentation cognitive qui spécifie les propriétés générales d'un type d'objet, d'événement ou de structure .. » ne prônant pas la précision des détails «..Un schéma est donc une abstraction qui permet d'assigner des catégories générales et certaines spécifications, et cela en éliminant les détails »²²⁵. Se construisant sur les bases d'une perception, selon C.Bruyat²²⁶, la perception de l'observateur, qui est l'entrepreneur dans ce cas précis.

Ainsi tout entrepreneur portant en lui des connaissances, des expériences, construit sa vision de son projet, ce qui constitue la construction de buts, selon ses expériences et ses connaissances personnelles, qui sont relatifs à ses affaires. T.Verstate et B.Saporta parle de « fonctionnement cognitif de l'individu » basé sur deux notions : **a.** Le raisonnement : qui est une mobilisation des connaissances conceptuelles, et cela dans une recherche des solutions à une problématique ; **b.** l'instanciation : et cela par une réaction immédiate, sans réflexion, construit sur des connaissances ou une expérience directement vécu par l'entrepreneur²²⁷.

⇒ *La vision au service de l'entrepreneur*

Toute organisation suit une stratégie, une direction pour son futur, qui représente de fait, la vision de cette organisation; dans une entreprise entrepreneuriale, cette vision est celle de l'entrepreneur. Cette entreprise se crée autour de cette vision, que l'entrepreneur essaye de vendre aux fournisseurs de capitaux, cherchons une adhésion de leur part à cette vision, ce qui est synonyme de disponibilité de capitaux. Une vision qu'il essaye aussi de faire accepter à ses employés, et de les pousser à la suivre, pour qu'elle puisse, ainsi se concrétiser²²⁸. Car selon Warren Bennis et Burt Nanus : « *Pour choisir une orientation, le dirigeant doit d'abord s'être fait une image mentale d'un état futur possible et souhaitable de l'organisation* »²²⁹. Ce qui représente la première étape pour l'entrepreneur.

La vision prends ainsi une autre dimension : « Le terme vision désigne la capacité d'anticipation de l'entrepreneur, autrement dit sa faculté de penser un avenir qu'il va tenter de

²²⁴ <http://www.devoir-de-philosophie.com/dissertation-definition-conceptuelle-continu-113542.html>

²²⁵ Verstate T. et Saporta B., «Création d'entreprise et entrepreneuriat », édition l'ADREG, 2006.

²²⁶ Bruyat C., « Création d'entreprise : contribution épistémologique et modélisation », Thèse pour le Doctorat ès Sciences de Gestion, ESA université Pierre Mandes de Grenoble, 1993.

²²⁷ Verstate T. et Saporta B., «Création d'entreprise et entrepreneuriat », édition l'ADREG, 2006.

²²⁸ Idem

²²⁹ Ibidem

concrétiser »²³⁰. Et l'entrepreneur visionnaire, est celui qui précisément, voit clair dans l'avenir qu'il veut construire par et pour son entreprise.

L.-J.Filion propose la définition suivante de la vision : « *une image, projetée dans le futur, de la place qu'on veut voir occupée par ses produits sur le marché, ainsi que l'image du type d'organisation dont on a besoin pour y parvenir* »²³¹. Il introduit la nécessité d'examiner cette vision, et cela pour confirmer la cohérence de cette dernière ; et précisément la vision centrale, qui est le noyau de la vision globale, le schéma qui est accepté et suivi par les différentes parties prenantes dans cette aventure entrepreneuriale ; car « la vision appelle l'organisation pour l'atteinte du futur désiré, l'organisation appelant, quant à elle, l'action collective »²³².

c). La démarche entrepreneuriale

L'acte de création d'entreprise représente une démarche entrepreneuriale, cette démarche qui peut prendre plusieurs formes²³³ :

- La PMIisation juridique qui prend la forme d'un transfert à une structure juridique indépendante, d'une activité préexistante dans l'entreprise ;
- La croissance interne est la création d'une filiale, par un entrepreneur, qui veut développer ou élargir ses activités en créant pour cela un cadre juridique nouveau;
- Le franchisé crée une nouvelle activité commerciale, industrielle ou dans le domaine des services, en suivant le modèle mis au point par un franchiseur et avec son appui ;
- L'essaimage consiste à aider un salarié à se lancer dans une activité indépendante ;
- L'acquisition ou la reprise, qui est l'achat d'une entreprise préexistante par un acheteur détenteur de capitaux ;
- La création ex nihilo, qui est la création la plus pure, qui représente la création d'une entreprise nouvelle, que sa soit par son produit, sa forme, ou sa gestion.

Ainsi notre approche empirique, a prité en compte l'entrepreneur suivant les dimensions suivantes :

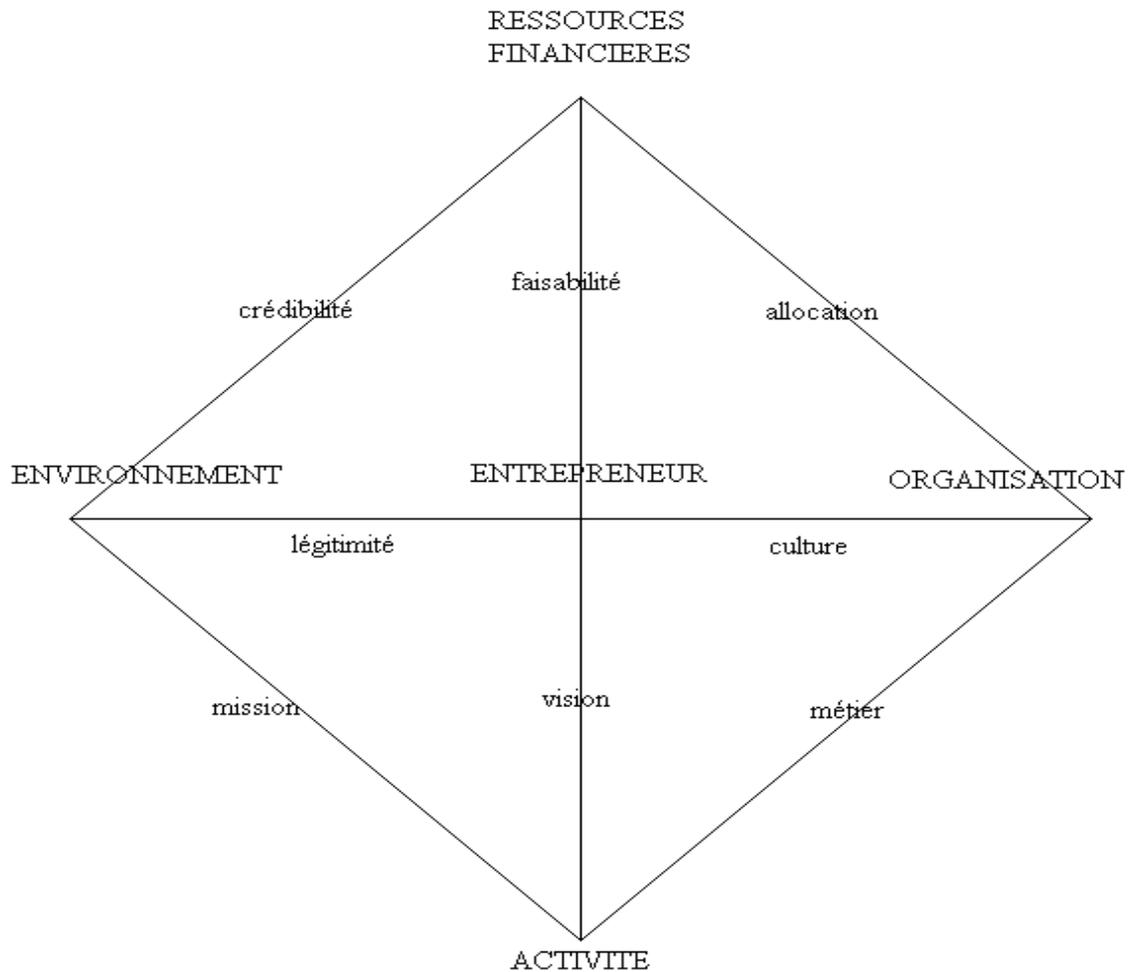
²³⁰ Verstate T. et Saporta B., «Création d'entreprise et entrepreneuriat », édition l'ADREG, 2006.

²³¹ Filion L.-J, "Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances", Revue Internationale P.M.E, vol. 10, n° 2, p. 129-172, 1997.

²³² Verstate T. et Saporta B., «Création d'entreprise et entrepreneuriat », édition l'ADREG, 2006.

²³³ Bruyat C., « Création d'entreprise : contribution épistémologique et modélisation », Thèse pour le doctorat ès sciences de gestion, ESA université Pierre Mandes de Grenoble, 1993.

Figure 2 : Les dimensions de l'entrepreneuriat



Source : Sammut S., "Contribution à la compréhension du processus de démarrage en petite entreprise", Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, université de Montpellier, décembre 1995.

1.2.2. La conception du questionnaire

Le questionnaire a été élaboré selon les objectifs de la problématique, à savoir identifier ces individus qui ont pris la décision de devenir entrepreneur. Pour la conception du questionnaire, les questions posées sont conçues en fonction des informations, des analyses et des opinions que nous recherchons, pour atteindre des objectifs qui nous permettront de confirmer après analyse des résultats, nos hypothèses, ou de les infirmer.

L'ossature du questionnaire devait être légère, pour restreindre la période d'enquête et ne pas lasser les enquêtés. Etablir des questions pour pouvoir classer les entrepreneurs par leur branche d'activité, la forme de leur entreprise, l'origine du capital, leur niveau d'étude, et leur niveau social. Avec ces deux constatations de base : Ne pas avoir trop d'ambition concernant les informations à récolter grâce au questionnaire (il ne doit pas être trop long et complexe), et les questions doivent être précises et simples. En même temps, prévoir des questions qui se recourent pour vérifier la fiabilité et la cohérence des réponses.

Et sachant que, la question ouverte offre des réponses riches mais difficiles à traiter statistiquement, notre choix s'est porté vers des questions fermées : à réponse unique, ou à réponse multiple. Sachant qu'une question fermée à réponse multiple est une question dirigée, elle oblige le répondant à choisir une réponse à partir des options de réponses proposées. Pour le répondant, il est plus facile et plus rapide de répondre à des questions dirigées. Dans le cas d'un chercheur, il est plus facile et moins coûteux de coder et d'analyser les réponses. En outre, les questions dirigées produisent des réponses plus cohérentes, ce qui n'est pas toujours le cas dans les questions non dirigées²³⁴.

La méthode choisie est l'auto-administration. En essayant d'éviter les questions tendancieuses, et cela ne se confirme que par un essai du questionnaire. Car il s'agit d'une étape fondamentale dans l'élaboration d'un questionnaire. L'essai du questionnaire aide à découvrir des anomalies dans la formulation ou l'ordre des questions; il permet de trouver les erreurs dans la présentation ou les instructions d'un questionnaire; il permet aussi de cerner les problèmes occasionnés par l'incapacité des répondants, ou leur refus de répondre aux questions.

Et notre questionnaire test, s'est porté vers trois entrepreneurs, avec des caractéristiques différentes, surtout en matière d'instruction, car cela nous a permis de juger l'accessibilité de nos questions, partant de questions ouvertes au départ, pour arriver en fin à limité nos questions

²³⁴ Mouchiroud D., Cours de méthodologie, Mathématiques : Outils pour la recherche – Deug SV1 – UCBL, 17/10/2002.

fermées, et ce qui nous a conduit à notre questionnaire final. Avec ce constat, sur la complexité de certaines questions qui ne pouvait être changée vu leur importance, pénalisées par le niveau de l'instruction disparate des interrogés, nous avons été poussé à expliquer les questions aux interrogés, dès la remise du questionnaire.

1.3 L'échantillon

1.3.1. L'approche méthodologique

Pourquoi un échantillon ? Quand la population cible est généralement trop nombreuse et pour des raisons de coûts, de délais, il est pratiquement impossible d'étudier tous les individus d'une population c'est-à-dire d'effectuer un recensement.

Notre échantillon est de type simple et aléatoire, car l'échantillonnage aléatoire simple est une méthode qui consiste à prélever au hasard et de façon indépendante, n individus ou unités d'échantillonnage d'une population à N individus. Chaque individu possède ainsi la même probabilité de faire partie d'un échantillon de n individus et chacun des échantillons possibles de taille n possède la même probabilité d'être constitué. L'échantillonnage aléatoire simple assure l'indépendance des erreurs, c'est-à-dire l'absence d'auto-corrélations parmi les données relatives à un même caractère²³⁵.

1.3.2. Présentation de l'échantillon

Le choix des entrepreneurs qui aller composer notre échantillon dépendait du degré de coopération de ces derniers, à nous fournir des réponses à notre questionnaire. Ainsi nous avons abordé 120 entrepreneurs, mais ils ont qualifié quelques unes de nos questions d'indiscrètes, et même parfois de *louche*, cela indique toujours les stigmates de l'Algérie indépendante du 20^{ème} siècle, et le rapport qu'a eu l'entrepreneur envers l'administration.

Car ils confondent toujours une étude statistique ou universitaire avec un contrôle des impôts (cas remarquables chez 22 entrepreneurs qui ont refusé de répondre à la moitié de notre questionnaire, et de se fait écarter). Dans la recherche de réponses objectifs que subjectifs, nous avons aussi écarté les entrepreneurs avec qui nous avons une relation amicales, familiales, ou de connaissance. Ce qui a réduit notre choix sur ces 25 entrepreneurs.

²³⁵ Mouchiroud D., Cours de méthodologie, Mathématiques : Outils pour la recherche – Deug SV1 – UCBL, 17/10/2002.

1.4. Lieu et difficulté de l'enquête

1.4.1. Lieu de l'enquête

Notre enquête s'est déroulée dans la willaya d'Oran, qui est une subdivision administrative algérienne ayant pour chef-lieu la ville éponyme située au nord-ouest du pays. Elle est peuplée de 1 584 607 habitants au 31/12/2009 pour une superficie de 2 114 km²³⁶. Des entrepreneurs qui sont localisés pour la plupart dans la ville d'Oran, et quelques uns dans les localités de Gdyl et de Fleurus.

1.4.2. Les Difficultés de l'enquête

Nos difficultés de l'enquête ne diffèrent pas de celle citée par S.Badrani en 1997: « *Les difficultés de l'enquête ont tenu principalement à la réticence de quelque enquêtés à déclarer sincèrement les éléments permettant d'évaluer de façon à peu près correcte leur niveau de richesse, cette attitude des enquêtés s'explique par différents facteurs, le principal facteur semble être le rapport que les individus ont avec l'Etat et ses représentants* »²³⁷.

Car ce rapport administration-entrepreneur reste conflictuel, que ce soit par le délai de traitement des dossiers, le rapport conflictuel fonctionnaire d'Etat et entrepreneur comme nous l'ont incessamment répété plusieurs entrepreneurs interrogés, et un environnement que nous avons mentionné dans le deuxième chapitre ; et plus encore les entrepreneurs approchés nous ont confirmés qu'ils ont tout le temps recours à l'informel, que ce soit par des employés non déclarés, des marchandises achetées sans factures, et dans le cas où la facture est faite, c'est pour servir de leurre envers l'administration pour obtenir un crédit, une subvention ou une justification au près de l'administration fiscale, et dans la majorité des cas elle ne représente aucunement la valeur réelle, car le recours à la sur ou sous facturation est un phénomène régulier chez eux.

Ce constat peut-être résumé par la verbatim suivante que l'un des entrepreneurs commerçants nous a déclaré : « *la facture quand j'y eu recours, c'est seulement quand elle est fausse, et elle me sert comme facture de livraison pour éviter les barrages de gendarmerie* ». Car

²³⁶ Statistiques ONS, 2009.

²³⁷ Badrani S., « Nouveaux entrepreneurs dans la transition à l'économie de marché : les entrepreneurs ruraux », cahiers du cread n°40, pages 5-19, 2eme trimestre 1997.

lors de la récolte de nos questionnaires, nous avons jugé bon de passer un peu de temps avec nos entrepreneurs interrogés, pour récolter des verbatim témoins de l'esprit de ses derniers.

L'enquête c'est faite sur une durée de 2 mois, démarrant le 15 janvier 2011, se terminant, le 20 mars 2011 ; par la suite le traitement des données c'est effectué par une méthodologie cartésienne.

SECTION II : LES RESULTATS DE L'ENQUETE

2.1. Le profil général de l'entrepreneur

2.1.1. L'âge des entrepreneurs

Tableau n°19 : L'âge des entrepreneurs de TPE

Total	Moins de 30ans	30-39ans	40-49ans	50ans et plus
25	05	12	04	04
100%	20%	48%	16%	16%

Notre échantillon a une moyenne d'âge de 37 ans et 9mois ; avec 68% des interrogés qui ont moins de 40ans.

2.1.2. Le niveau d'instruction

Nous nous sommes mis dans cette optique d'établir deux tableaux : le premier tableau fait une présentation des entrepreneurs selon le niveau d'instruction, et le deuxième qui introduit la formation professionnelle comme facteur d'identification.

Tableau n°20 : Le niveau d'instruction des entrepreneurs enquêtés

Total	universitaires	lycéens	CEM	Primaire
25	07	05	10	03
100%	28%	20%	40%	12%

Notre échantillon ne contient pas d'analphabètes, car nos entrepreneurs enquêtés présentent la particularité d'avoir un minimum d'instruction, soit le niveau primaire. Les universitaires représentent 28% de l'échantillon.

Tableau n°21 : La formation professionnelle comme facteur d'identification

Total	Diplôme universitaire	Diplôme professionnelle	Non-diplômés
25	07	11	07
100%	28%	44%	28%

Sur les 18 non diplômés, 11 ont suivis une formation professionnelle, donc 61% des non universitaires ont pris le chemin de la formation. Ce qui n'était pas le cas des autres soit 28% de l'échantillon globale et *les verbatim utilisés* : « *ce n'est pas n'importe qui, qui peut accéder à la formation* ». « *La bureaucratie en Algérie, ca commence à l'école* ». « *Pourquoi perdre du temps dans une formation, alors que je voulais faire du commerce* ». « *La formation m'a été refusé, car mon niveau primaire ne me permettait pas d'avoir une formation pour acquérir un métier de bureau* ».

Ces chiffres confirment une évolution dans l'instruction chez les entrepreneurs, car dans l'analyse de M.Boukhobza²³⁸, 42.3% des employeurs non agriculteurs (qui c'est avérés le cas de notre échantillon), n'ont pas d'instruction, alors que pour A.Bouyacoub avec son enquête²³⁹ de 1997, 15% des interrogés n'ont profité d'aucune instruction, mais dans notre enquête, la totalité de nos enquêtés ont suivis le minimum du cursus scolaire.

Cela est due, vraisemblablement à la politique de l'Etat pour lutter contre l'analphabétisation, mais aussi a la localisation de nos enquêtés, qui sont tous domiciliés dans la wilaya d'Oran, la deuxième Wilaya du pays, avec une proximité des établissements scolaire et professionnel et universitaires, car la localisation est un facteur primordial d'instruction.

Car l'enquête de S.Badrani²⁴⁰ dans un milieu rural en 1997, montre une analphabétisation importante avec 58% des enquêtés, qui vas à l'encontre du résultat de A.Bouyacoub avec son enquête qui s'est déroulée dans un milieu urbain. Cette différence peut être liée aussi au fait est que, l'échantillon de notre enquêtes est puisé parmi des entrepreneurs de TPE.

²³⁸ Boukhobza M., « Ruptures et transformations sociales en Algérie », édition OPU, 1989.

²³⁹ Bouyacoub A., « Les nouveaux entrepreneurs en Algérie en période de transition : la dimension transnationale », cahiers du CREAD n°40, pages 105-119, 2ème trimestre 1997.

²⁴⁰ Badrani S., « Nouveaux entrepreneurs dans la transition à l'économie de marché : les entrepreneurs ruraux », cahiers du CREAD n°40, pages 5-19, 2ème trimestre 1997.

2.1.3. L'expérience professionnelle avant de se lancer en affaire

Tableau n° 22 : L'expérience professionnelle avant de se lancer en affaire

Total	0 ans expérience	Moins de 5ans	5-9ans	10ans et plus
25	08	07	06	04
100%	32%	28%	24%	16%

a). Aucune expérience professionnelle comme employé

Nous avons choisis de traiter ici l'expérience professionnelle comme employés car elle représente une dimension plus importante que l'expérience entrepreneuriale :

- 05(soit, 20% de l'échantillon globale) se sont lancées en affaire directement sans aucune expérience professionnelle, avec des caractères hétérogènes au niveau de l'instruction ; 03 d'entre eux non diplômés, et les deux autres ayant bénéficié pour l'un d'une formation professionnelle, et l'autre d'une formation universitaire ;
- 02 ont ajouté une autre affaire, possédant ainsi une expérience entrepreneuriale (soit 8% de l'échantillon global) ;
- 01 à changer d'activité (soit 4% de l'échantillon global).

b). Une expérience de moins de 5années

Ils sont 7 (soit 28% de l'échantillon global) à avoir accumulé un capital d'expérience de moins de cinq ans avant de se lancer en affaire, dont 05 ont obtenu cette expérience en 01 seule entreprise et les 2 autres : 01 en deux entreprises, et l'autre en trois entreprises. La nature du contrat de travail qui les lie à ces entreprises, est aussi la forme de ces entreprises sont présentés dans le tableau suivant :

Tableau n°23: Une expérience de moins de 5 années comme employé

	CDD	CDI	INFORMEL
TPE	01	//////	01
PE	02	//////	01
PME/PMI	//////	01	//////
GRANDE ORGANISATION	//////	//////	//////
ORGANISME PUBLIC	01	//////	//////

Ce tableau nous indique que :

- 02 d'entre eux travaillé dans l'informel (non déclarés) dans des petites entreprises ;
- 04 ont eux un CDD, dont 01 dans organisme public, et 01 en TPE, et 02 en PE ;
- 01 a eu un CDI, celui la qui a abandonné un emploi garantie pour fonder son entreprise.

Donc sur ses 28% de notre échantillon, seulement 4% avait une garantie de l'emploi, donc la création pour les autres était une façon de se garantir un emploi, ou un tremplin.

c). Une expérience de 5ans jusqu'à 9ans

Tableau n°24 : Une expérience de 5ans jusqu'à 9ans

	CDD	CDI	INFORMEL
TPE	01	//////	02
PE	//////	//////	01
PME/PMI	//////	//////	//////
GRANDE ORGANISATION	//////	01	//////
ORGANISME PUBLIC	//////	01	//////

Avec une expérience acquise dans un nombre d'entreprise important :

- 02----- en une seule entreprise avec une expérience de 8 et 6ans ;
- 02----- en 03 entreprises avec une expérience de 5 et 8ans ;
- 01----- en 04 entreprises avec une expérience de 8ans ;
- 01----- en 05 entreprises avec une expérience de 8ans ;

Pour ceux détenant une expérience importante nous constatons que le taux de ceux employés sans statut ni contrat (donc un travail informel) parmi cette portion de notre échantillon est de la moitié, tous employés dans le secteur des PE-TPE.

Le tiers de cette portion a abandonné un CDI pour créer son entreprise (un emploi dans des entreprises de grande taille ou un organisme public). Un seul quittant son CDD dans une TPE, pour faire acte de création d'entreprise.

d). Une expérience de 10 ans et plus

Dans notre échantillon, 16% des interrogés ont accumulé un capital d'expérience important de 10ans et plus, une expérience accumulée dans le secteur des PME, comme le démontre le tableau suivant :

Tableau n°25 : Une expérience de 10 ans et plus

	CDD	CDI	INFORMEL
TPE	01	///////	01
PE	///////	///////	01
PME/PMI	///////	01	///////
GRANDE ORGANISATION	///////	///////	///////
ORGANISME PUBLIC	///////	///////	///////

Avec 03 d'entre eux n'ayant pas la garantie de l'emploi (un emploi informel, ou sous forme de CDD), et un seul ayant quitté un emploi garantie pour créer son entreprise. Des expériences qu'ils ont acquises dans une ou deux entreprises :

- 03----- en 2 entreprises ;
- 01----- en 1 seule entreprise.

Toujours un nombre peu élevé parmi eux de ceux qui ont quitté un CDI, pour s'aventurer dans le processus de création d'une entreprise.

e). *La synthèse de l'expérience professionnelle*

Cette synthèse se résume à travers les deux tableaux suivants :

Tableau n°26 : La nature de l'emploi

TOTAL	INFORMEL	CDD	CDI
25	07	06	04
100%	41%	36%	23%

Tableau n°27 : La nature de l'employeur

TOTAL	Sans Emplois	TPE	PE	PME/PMI	Grande Organisation	Organisme Public
25	8	07	05	02	01	02
100%	32%	28%	20%	8%	4%	8%

Ainsi 32% de nos interrogés, n'ont aucune origine professionnelle, ils ont directement fait acte de création d'entreprise, comme première activité professionnelle. Ce qui diffère des résultats de l'enquête de A.Bouyacoub en 1997²⁴¹, car la totalité de son échantillon avait une activité avant la création de leur entreprise.

Pour ceux ayant acquis une expérience dans une autre entreprise avant de se lancer en affaire, seulement 4% d'entre eux proviennent d'une entreprise ou d'un organisme public, alors que dans l'enquête de A.Bouyacoub²⁴² la moitié provenait du secteur public. Alors que dans notre échantillon, sur les 17 entrepreneurs ayant une expérience avant création : 41.17% d'entre eux ont acquis leurs expériences dans une TPE, et seulement 5.9% dans une grande entreprise ou organisation.

²⁴¹ Bouyacoub A., «Les nouveaux entrepreneurs en Algérie en période de transition : la dimension transnationale », cahiers du CREAD n°40, pages 105-119, 2ème trimestre 1997.

²⁴² Idem

2.1.4. L'origine familiale

Etablir l'origine familiale de nos entrepreneurs interrogés nous a obligé à prendre en compte plusieurs facteurs :

- La nature de l'activité des parents ;
- Le niveau de vie qu'a perçu l'entrepreneur dans son vécu ;
- La nature de la famille (famille nombreuse ou pas nombreuse).

Ces trois facteurs sont importants pour pouvoir établir une origine familiale pour notre échantillon. Car établir une origine familiale seulement selon l'activité des parents ne serait pas un reflet de la réalité, car les situations salariales sont assez disparates en Algérie ces dernières années, un père cadre ne peut être synonyme d'une bonne situation familiale, et un père commerçant n'est pas un synonyme obligatoire de richesse.

a). L'activité des parents

Tableau n°28 : L'activité des parents des entrepreneurs

TOTAL	Agriculteur	Commerçant	Artisan	Employé- Ouvrier	Cadre
25	03	04	03	11	04
100%	12%	16%	12%	44%	16%

L'origine des parents est disparate, avec une différence des résultats d'anciennes études. Car l'une des premières constatations qu'on peut faire c'est la transformation des origines, avec un éloignement de la société des origines agricoles. Dans l'enquête de A.Bouyacoub en 1997²⁴³, il a constaté que 45% des parents avait le statu de commerçant-artisan, alors que dans notre enquête le constat est qu'ils ne représentent plus que 28% de l'échantillon.

²⁴³ Bouyacoub A., « Les nouveaux entrepreneurs en Algérie en période de transition : la dimension transnationale », cahiers du CREAD n°40, pages 105-119, 2ème trimestre 1997.

Avec des parents employés et ouvriers et cadre qui n'exercent pas d'activité entrepreneuriale. Et seulement 12% ont leurs parents agriculteurs. Alors que dans l'enquête de A.Bouyacoub²⁴⁴ ils étaient 25%, et dans les travaux de M.Boukhobza²⁴⁵ ils étaient 15%.

b). Le milieu familial de l'entrepreneur

Tableau n°29 : Le milieu familial de l'entrepreneur

	Modeste		Moyen		Aisée	
Nombreuse	11	44%	11	44%	2	8%
Pas nombreuse	//////	////////	1	4%	//////	//////
25	11		12		2	
100%		44%		48%		8%

Prendre en considération deux facteurs : le nombre de la composante familiale, et le niveau de vie nous permet de donner une dimension plus exacte au milieu familial, car par exemple une famille moyenne moins nombreuse, aura un niveau de vie meilleur que la famille moyenne nombreuse, car la perception de l'entrepreneur sur son milieu familial peut être erronée. Et aussi le fait est que, parler de son milieu familial peut être perçu comme comportant un caractère indiscret, alors les interrogés peuvent volontairement donner l'information erronée.

Provenant d'une famille nombreuse pour 96% des entrepreneurs interrogés, avec seulement 8% provenant d'une famille aisée. 48% déclare avoir eu un niveau de vie moyen, et 44% avoir vécu dans un milieu modeste.

²⁴⁴ Idem.

²⁴⁵ Boukhobza M., « Ruptures et transformations sociales en Algérie », édition OPU, 1989.

2.2. L'acte entrepreneurial

2.2.1. Les motivations de la création

Les travaux de R.A.Blains et J.M.Toulouse sur les motivations de 2278 fondateurs d'entreprise dans 14 pays ; leurs ont permis le groupement des facteurs de création suivant ²⁴⁶:

- Facteur1 : Désir de reconnaissance sociale ;
- Facteur2 : Désir d'accomplissement personnel ;
- Facteur3 : Nécessité d'avoir de l'argent ;
- Facteur4 : Besoin de pouvoir et d'autonomie et désir de liberté ;
- Facteur5 : Altruisme communautaire ;
- Facteur6 : Besoin d'évasion ;
- Facteur7 : Opportunisme ;

Les résultats de notre enquête furent les suivants :

- ❖ « *Ce n'est pas une tradition familiale* » pour 52% de notre échantillon, cela n'empêche pas que presque la moitié ont été motivés par la tradition entrepreneuriale dans leur milieu familial ;
- ❖ « *Se donner du travail* », et « *gagner de l'argent* » deux motivations principales pour nos entrepreneurs : ses deux motivations priment chez nos entrepreneurs interrogés, leurs importance est de 34.48% en ce qui concerne « se donner du travail », et de 33.19% en ce qui concerne « gagner de l'argent » ; « *Etre son propre patron* » : est une motivation principale chez nos entrepreneurs avec 23.7%, ce n'est pas la plus importante, mais elle demeure un désir profond chez l'entrepreneur ;
- ❖ « *Etre autonome* » : cela va de paire avec le désir d' « *Etre son propre patron* », car dans nos entretiens avec les entrepreneurs, qui ont répondu à notre questionnaire, la distinction entre « être son propre patron » et « devenir autonome » n'existe pas.

²⁴⁶ Hernandez E.M., « Le processus entrepreneurial », édition L'harmattan, avril 1999.

2.2.2. La nature de la création de l'entreprise

Les résultats de notre enquête sont les suivants :

- L'ensemble de notre échantillon a déclaré qu'ils ont fait acte de création d'entreprise, car se n'est plus aussi difficile qu'avant, comme ils le déclarent ;
- Les verbatim utilisés chez les plus anciens sont : « *L'existence de l'ANSEJ, à fait que n'importe qui peut créer son entreprise* ». « *Les importateurs te donne du crédit rien que pour écouler leurs stocks* ». Pour les artisans « *l'apprenti maintenant, après ans seulement de formation, va ouvrir son propre atelier* » ;
- L'ensemble de l'échantillon a créé son entreprise dans un secteur donné, après avoir fait le constat qu'une autre entreprise dans se secteur a réussi ;
- Sur les 17 des entrepreneurs ayant occupé un emploi avant de créer leur entreprise, 10 déclare avoir travaillé dans une entreprise semblable à la leur ; la verbatim utilisé par l'ensemble de cette portion de l'échantillon « *Pourquoi pas moi, si cet entrepreneur a réussi moi aussi je peux réussir* ».

2.2.3. Une création individuelle

Tableau n°30 : Une création individuelle

Total	Une création avec des associés	Une création individuelle
25	03	22
100%	12%	88%

La majorité des entrepreneurs composant notre échantillon ont créé leurs entreprises tout seul, soit 88% de l'échantillon. 12% seulement ont eu recours à une association pour créer leurs affaire, avec des associés appartenant à la famille, et cela pour partager le cout de la création pour l'ensemble d'entre eux.

2.2.4. Les préoccupations avant acte de création de l'entreprise

Dans notre questionnaire test, nous avons identifié quatre problèmes que les entrepreneurs tests ont déclaré avoir affronté, et par la suite dans notre questionnaire nous avons proposé à notre échantillon d'entrepreneurs interrogés ses quatre problèmes, on leur demandant de les classer par ordre d'importance, ce qui a donné les résultats suivants :

- Les problèmes de financement : réunir les fonds pour faire acte de création d'entreprise représenta la préoccupation principale ;
- Les obstacles administratifs : pas loin du problème de financement, l'obstacle administratif se classe en deuxième préoccupation de ses entrepreneurs ;
- La disponibilité du matériel et des équipements : un problème majeur que tous ses entrepreneurs ont rencontré mais à un degré d'importance moindre pour la majorité ;
- Le problème de la main d'œuvre : pour la majorité d'entre eux c'était un problème secondaire, car ils estimaient assurer seul les tâches de travail dans l'entreprise au démarrage.

2.2.5. Le financement de la création de l'entreprise

Tableau n°31 : Le financement de la création de l'entreprise

Total	Difficultés pour obtenir du financement	Pas de difficultés pour obtenir du financement
25	10	15
100%	40%	60%

La majorité des entrepreneurs interrogés, soit 60% de l'échantillon, déclarent n'avoir pas eux des problèmes de financement pour créer leurs entreprises, c'est pour cela que l'étude des sources de financement de ses entrepreneurs peut nous dévoilé les raisons de cette situation.

a). Des entrepreneurs qui ont eu des problèmes de financement (10 entrepreneurs)

Tableau n°32: Des entrepreneurs qui ont eu des problèmes de financement (10 entrepreneurs)

Total	Ayant recours à des subventions	Ayant recours à des prêts bancaires	Economie personnelle en majorité du fond nécessaire	Aucun apport personnel
10	01	05	03	01
100%	10%	50%	30%	10%

Pour ceux qui ont eu recours au prêt bancaire, soit 50% de cette portion de l'échantillon, le prêt représenté entre 50 et 70% du financement nécessaire aux démarrages de leurs entreprises, des entrepreneurs qui ont eux recours à l'ANSEJ ; le reste du financement provient par ordre d'importance :

- Economie personnelle ;
- Prêt familial ;
- Prêt amical.

Pour celui qui n'avait d'apport personnel, 100% des fonds nécessaires étaient familiaux. Le reste de cette portion de notre échantillon, soit 30%, ont eu recours à des prêts familiaux et amicaux pour combler le financement, malgré le fait que leurs économies personnelles représentée déjà plus 2/3 du financement nécessaire, un financement personnel constitué par des économies de leurs salaires durant les quelques années de travail qu'ils ont effectué.

b). Des entrepreneurs qui n'ont pas eu de problème de financement (15 entrepreneurs)

Se sont premièrement des entrepreneurs qui n'ont pas eu recours au financement bancaire, ou aux subventions. Les verbatim utilisées : « A force d'attendre le crédit bancaire, on devient vieux ». « J'en avais pas besoins ». « Ses crédits sont à l'encontre de la religion musulman, car il y'a un intérêt à payé ». « Pour obtenir un crédit d'une banque, il faut ce préparé à corrompre ». Ses entrepreneurs peuvent être décrit à travers le tableau suivant par un croisement des données les concernant :

Tableau n° 33 : Des entrepreneurs qui n'ont pas eu de problème de financement (15 entrepreneurs)

	Moyenne apports au financement				
Total	100% personnels	100% familial	80% personnel 10% amical 10% familial	25% personnel 75% familial	66.66% personnel 33.33% familial
15	03	03	01	02	06
100%	20%	20%	6.66%	13.33%	40%

Ainsi on distingue 5 groupes parmi ces entrepreneurs qui n'ont pas eu de problèmes de financement :

- Un financement 100% personnelle : c'est un groupe qui représente 12 % de l'échantillon globale (20% des entrepreneurs qui n'ont pas eu de problèmes de financement). Leurs caractéristiques sont les suivantes : **1.** une moyenne d'expérience dans un travail avant l'acte de création de 5ans et 6mois, un travail qui leur a permis d'accumuler le capital nécessaire pour devenir entrepreneur. **2.** Leurs motivations principales par degrés d'importance, 2/3 pour « se donner du travail », suit après 1/3 « devenir son propre patron ». **3.** Provenant de famille d'entrepreneur. **4.** Il n'avait pas de garantie d'emploi, avec un contrat de travail CDD, ou informel. **5.** Les 2/3 d'entre eux ont suivis une formation professionnelle, et 1/3 ont des diplômes universitaires ;
- Un financement 100% familial : c'est un groupe qui représente aussi 12 % de l'échantillon globale (20% des entrepreneurs qui n'ont pas eu de problèmes de financement). Leurs caractéristiques sont les suivantes : **1.** Aucune expérience ni comme employé, ni comme entrepreneur. **2.** Leurs motivations principales par degrés d'importance, 2/3 pour « se donner du travail », suit après 1/3 « devenir son propre patron ». **3.** Bas niveau d'instruction (pas de diplôme universitaire), et aucune formation ;
- Un financement en moyenne 80% personnel, et 10% amical, 10% familial : ils représentent 4 % de l'échantillon globale (6.66% des entrepreneurs qui n'ont pas eu de problèmes de financement). Leurs caractéristiques sont les suivantes : **1.** Une moyenne de 4ans de travail pour accumuler un capital pour leurs créations. **2.** Leur motivation principale c'est gagner de l'argent. **3.** Ayant un entourage d'entrepreneur. **4.** Occupons un autre emploi. **5.** Possédant un diplôme universitaire ;
- Un financement en moyenne 25% personnel, et 75% familial : ils représentent 8 % de l'échantillon globale (13.33% des entrepreneurs qui n'ont pas eu de problèmes de financement). Leurs caractéristiques sont les suivantes : **1.** Une moyenne de 5ans

d'expérience entrepreneuriale. **2.** Leurs motivations principales, à égalité, c'est gagner de l'argent, et être son propre patron. **3.** Ayant un entourage familial d'entrepreneur. **4.** La moitié occupe un autre emploi, et l'autre moitié a déjà une affaire. **5.** Possédant un diplôme universitaire. **6.** Bas niveau d'instruction (pas de diplôme universitaire), et aucune formation ;

- Un financement en moyenne 66.66% personnel, et 33.33% familial : ils représentent 24 % de l'échantillon globale (40% des entrepreneurs qui n'ont pas eu de problèmes de financement). Leurs caractéristiques sont les suivantes : **1.** Ils ont occupé un travail d'une moyenne de 9ans. **2.** La moitié d'entre eux possèdent une deuxième affaire. **3.** Leurs motivations principales par degrés d'importance, 2/3 pour « se donner du travail », suit après 1/3 « devenir son propre patron ». **4.** Il n'avait pas de garantie d'emploi, avec un contrat de travail CDD ou informel, pour la moitié d'entre eux. **5.** la moitié ont suivi une formation professionnelle, et le reste détiennent un diplôme universitaire.

2.3. L'activité entrepreneuriale et les caractéristiques de la TPE

2.3.1. La nature de l'activité de la TPE

Tableau n°34 : La nature de l'activité de la TPE

Total	Total	Activité principale	Activité secondaire	Total
25	25			100%
07	05	Artisanat	////////////////	28%
	01	Artisanat	Agriculture	
	01	Artisanat	Pêche	
08	06	Commerce	////////////////	32%
	02	Commerce	Emploie dans une entreprise	
02	02	BTP	////////////////	8%
08	06	Service	////////////////	32%
	01	Service	Service	
	01	Service	Commerce	

L'activité peut être un indicateur du domaine investi par l'entrepreneur algérien. Le tableau précise les activités de ses entrepreneurs interrogés :

- 24% de notre échantillon d'entrepreneur, déclare avoir une double activité, ce qui est bien moindre du résultat de l'enquête de S.Badrani²⁴⁷, qui nota que 81% de ses interrogés déclare avoir une deuxième si ce n'est plus d'activité ;
- Le commerce et service représente l'activité majoritaire dans notre échantillon, à part égal ils occupent 32% chacun des activités opérés ;
- L'artisanat représente 28% de l'échantillon, donc il occupe lui aussi une part importante parmi les activités de ses TPE.

²⁴⁷ Badrani S., « Nouveaux entrepreneurs dans la transition à l'économie de marché : les entrepreneurs ruraux », cahiers du CREAD n°40, pages 5-19, 2ème trimestre 1997.

2.3.2. Le nombre d'employé

Tableau n°35: Le nombre des employés de la TPE

NB employé	0	1	2	3	4	6	7
25	03	11	04	01	02	03	01
100%	12%	44%	16%	4%	8%	12%	4%

La majorité des entrepreneurs interrogés, soit 88% de l'échantillon, ont recours pour assurer le fonctionnement de leurs TPE à des employés, et le nombre d'entreprise où l'entrepreneur assure seul le fonctionnement de l'entreprise est de 12%, et les verbatim utilisées : *« je n'ai pas besoin d'un employé »*. *« Il n'ya plus de personne de confiance aujourd'hui »*. *« Je n'ai pas les moyens de me permettre d'embauché quelqu'un »*. et nous constatons que :

- 44% d'entre eux emploie un seul employé, utilisant le verbatim suivant pour la majorité d'entre eux : *« Ce n'est pas raisonnable de fermer la boutique quand j'ai des choses à régler ailleurs »* ;
- 44% emploie de 2 jusqu'à 7 employés.

Sur le recrutement, les remarques à faire sont les suivantes :

- Sur l'origine des employés, 40% des entrepreneurs déclarent avoir embauché des membres de leurs familles ;
- Sur ceux qui ont recours à des employés, la moitié d'entre eux s'active dans le domaine commercial.

2.3.3. L'âge de l'entreprise

Tableau n°36 : L'âge de la TPE

Total	Moins de 5 ans	Entre 5 et 9 ans	10 ans et plus
25	06	11	08
100%	24%	44%	32%

Ces TPE ont les caractéristiques suivantes :

- Des entreprises pérennes, avec 76% d'entre elles qui ont 05 ans et plus ;
- Une hétérogénéité de ses entreprises à long vie par rapport à leurs secteurs d'activité, car sur les 32% (soit 08 entrepreneurs) qui déclarent que leurs entreprises à plus de 9ans, 03 sont artisans, et 04 sont commerçants, et 01 qui s'active dans le domaine des services ;
- 4% de l'échantillon seulement a connu un échec entrepreneurial, avant de se lancer a nouveau en affaire.

2.3.4. Les problèmes rencontrés par la TPE

Sur les 25 entrepreneurs de notre échantillon, 21 déclarent avoir rencontrés des problèmes financiers, soit 84% de notre échantillon. Dans leurs perceptions des problèmes qu'ils rencontrent, les entrepreneurs les classent ainsi :

- Des problèmes administratifs et financiers, avec un degré d'importance de 36% pour les premiers et de 30,4% pour les deuxièmes, et par ce fait ces deux problèmes sont les plus rencontrés;
- Les problèmes de la main d'œuvre et de la fourniture en matériels et marchandises se classent après, 15,2% et 18,4% ; ces deux derniers qui préoccupent plus l'entrepreneur après qu'il est fait acte de création.

2.3.5. Des TPE majoritairement rentable

Tableau n°37 : La rentabilité des TPE

Total	Entreprise déficitaire	Entreprise ni rentable ni déficitaire	Entreprise rentable
25	0	08	13
100%	0%	32%	68%
Moyenne d'âge de la TPE	////////////////////	6 ans	14 ans

En ce qui concerne les déclarations sur la rentabilité des entreprises, de ces entrepreneurs qui composent notre échantillon, elles comportent certaines contradictions, mais la déclaration réelle sur le revenu, demeure un tabou pour ces entrepreneurs.

Nous distinguons deux groupes d'entreprises :

- Entreprises ni rentable ni déficitaire : sur ces 08 entrepreneurs possédant ces 08 TPE, la contradiction demeure dans le fait qu'un seul d'entre eux avait déclaré avoir rencontré des difficultés financières, avec une moyenne d'âge pour l'entreprise de 6ans ;
- Entreprises rentables : se sont des entreprises avec une moyenne d'âge de 14 ans ;

2.4 Le sentiment d'accomplissement et la vision entrepreneuriale

2.4.1. La satisfaction financière chez l'entrepreneur

Tableau n°38 : La satisfaction financière chez l'entrepreneur

Total	Satisfaction financière de l'entrepreneur	L'insatisfaction financière de l'entrepreneur
25	12	13
100%	48%	52%

Le sentiment de satisfaction financière de l'entrepreneur, reste un sentiment personnel lié à sa personnalité, aux objectifs qu'il s'est fixé au démarrage de son activité, et aux objectifs qui ont suivis par la suite. Ce que nous notons des résultats des tableaux 37 et 38, que le sentiment de satisfaction ne vas pas en paire avec la rentabilité de la TPE, car le nombre des insatisfaits est de 13 alors que ceux qui déclarent n'avoir pas atteint une rentabilité est de 08.

2.4.2. Le sentiment de réussite

Tableau n° 39 : Le sentiment de réussite chez l'entrepreneur

Total	Les entrepreneurs qui ont réussi	Les entrepreneurs qui ont réussi
25	22	03
100%	88%	12%

Le sentiment de réussite n'a aucun rapport avec le sentiment de réussite financière, ni avec la rentabilité de la TPE, car seulement 03 des insatisfaits, qui avaient déjà déclaré la non rentabilité de leurs entreprises, déclarent avoir échoué.

2.4.3. La remise en question de l'acte entrepreneurial

Tableau n° 40 : La remise en question de l'acte entrepreneurial

Total	Des entrepreneurs qui regrettent	Des entrepreneurs qui ne regrettent pas
25	02	23
100%	08%	92%

La remise en question de soi, représente un indicateur qui aidera dans l'opposition des réponses, et le croisement des données, car les 8% de l'échantillon, soit les deux entrepreneurs qui remettent en question leurs actions entrepreneuriales n'ont pas d'autres revenus, et déclarent des entreprises, ni rentable, ni déficitaire.

2.4.4. L'opportuniste chez l'entrepreneur

Tableau n° 41 : Les ambitions des entrepreneurs de TPE

Total	Maintenir la taille de l'entreprise	Agrandir	Diversifier
25	14	04	07
100%	56%	16%	28%

Sur la question qui portait sur ce que prévoient ces entrepreneurs pour leurs futurs, 56% d'entre eux priment pour une stabilité, alors 44% sont opportunistes, et prévoit ou bien de rajouter une autre activité pour 28% de l'échantillon, ou prévoit de s'agrandir pour 16% de l'échantillon.

SECTION III : LA SYNTHÈSE DES RESULTATS

3.1. Un profil de celui qui décide d'entreprendre

3.1.1. Un entrepreneur jeune, et de plus en plus instruit

Les entrepreneurs qui composent notre échantillon, lors de l'enquête avaient une moyenne d'âge de 37ans et 9 mois, alors qu'en réalité ils sont devenus entrepreneurs à l'âge de 27ans et 9 mois en moyenne. L'instruction constatée chez nos entrepreneurs est un fait, car la totalité d'entre eux ont suivis le minimum du cursus scolaire, avec 44% une formation professionnelle, et 28% qui détiennent un diplôme universitaire.

Ces deux constats sont la preuve que le profil général de notre entrepreneur, et cela par la comparaison avec les études de S.Badrani en 1997 et A.Bouyacoub en 1997, et de M.Boukhobza en 1989, reflètent que : « *L'entrepreneur algérien a évolué, car il est de plus en plus jeune, et de plus en plus instruit en comparaison avec les générations précédentes* ».

3.1.2. Une origine familiale disparate

L'activité des parents est un indicateur qui a été utilisé dans les recherches de M.Boukhobza²⁴⁸, et d'A.Bouyacoub²⁴⁹, et J.Peneff²⁵⁰. Ces trois études sur le milieu entrepreneurial, ont produit des résultats sur l'origine familiale qui diffère des résultats de notre enquête ; avec un entrepreneur qui a des parents entrepreneurs, qui provient d'une famille d'entrepreneur, et avec des parents agriculteurs pour le 25% des entrepreneurs interrogés par A.Bouyacoub²⁵¹. Les motivations ont été aussi un indicateur, car plus de la moitié de notre échantillon n'attribue nullement leurs parcours d'entrepreneur à une tradition familiale.

Leurs enquêtes aussi avait aboutit sur le fait est que, la majorité des entrepreneurs d'avant et après indépendance pour M.Boukhobza (1989), et pour A.Bouyacoub (1997), les entrepreneurs d'après les réformes des années 90, ne proviennent pas d'un milieu modeste mais

²⁴⁸ Boukhobza M., « Ruptures et transformations sociales en Algérie », édition OPU, 1989.

²⁴⁹ Bouyacoub A., « Les nouveaux entrepreneurs en Algérie en période de transition : la dimension transnationale », cahiers du CREAD n°40, pages 105-119, 2ème trimestre 1997.

²⁵⁰ Peneff J., « Industriels algériens », CRESM-CNRS, Paris, 1981.

²⁵¹ Bouyacoub A., « Les nouveaux entrepreneurs en Algérie en période de transition : la dimension transnationale », cahiers du CREAD n°40, pages 105-119, 2ème trimestre 1997.

plutôt favorisé. Notre enquête a apporté des résultats qui montre une évolution dans les origines et a aboutit vers les résultats suivants :

- ❖ L'origine de l'entrepreneur s'éloigne de plus en plus du milieu agricole ;
- ❖ Le comportement entrepreneurial n'est plus le monopole d'une certaine classe de famille, car on est loin des constatations de J.Peneff²⁵², sur le fait que avoir des parents entrepreneurs favorise l'esprit d'entrepreneuriat chez l'individu ;
- ❖ Le milieu défavorisé et modeste est un facteur qui favorise l'esprit d'entrepreneuriat, plutôt que le milieu aisée.

Ces résultats nous font déduire que : *« l'entrepreneur est plutôt explorateur que reproducteur²⁵³, et il n'est plus l'héritier qui est originaire d'une famille aisée, mais il provient plus d'une famille modeste, issu d'un milieu urbain que rural ».*

3.1.3. L'expérience professionnelle n'est plus une condition pour devenir entrepreneur

32% des interrogés n'ont pas d'expérience professionnelle avant de se lancer en affaire avec une relative jeunesse dans cette fraction, et 52% d'entre eux n'avaient pas la garantie de l'emploi car ils travaillaient dans une entreprise avec un CDD, ou sans aucun contrat de travail (l'informel), et seulement 16% avaient un CDI. Pour ceux ayant une expérience professionnelle, ils ont constitué cette expérience plutôt dans des petites entreprises, et majoritairement dans des TPE (70 % travailler dans des PE-TPE).

Une autre remarque que nous faisons, c'est le fait est que, cette expérience est acquise majoritairement dans le secteur privé. Et cela aux sains de plusieurs entreprises, car seulement 4% de notre échantillon a acquis son expérience au près d'une seule entreprise. Nous poussons vers le constat que : *« l'entrepreneur de TPE, constitue son capital expérience majoritairement dans une TPE-PE, un entrepreneur qui ne provient plus du secteur public, et connaît une instabilité professionnelle avant de créer sa TPE ».*

3.1.4. Le potentiel entrepreneurial

Le potentiel est l'élément de base du profil entrepreneurial, il tient compte des ses mobiles déclarés, sa formation son expérience, ses relations, ses moyens disponibles, et même de ses passions²⁵⁴.

²⁵² Peneff J., « Industriels algériens », CRESM-CNRS, Paris, 1981.

²⁵³ Pandelieu.G, « Le profil du créateur d'entreprise », édition l'Harmattan, 1997.

a). Un individu à la recherche d'un travail

L'assurance de l'emploi, est avant tout le premier objectif que recherchent ces entrepreneurs, des entrepreneurs en majorité chômeurs ou n'ayant pas un contrat de travail garanti chez leurs anciens employeurs. Ils ont été aussi motivés par le gain, car avoir sa propre entreprise rimait pour la majorité d'entre eux, avec une situation financière confortable ; et ces deux facteurs primaient pour eux, par rapport à une éventuelle autonomie ou un esprit d'être son propre patron. Ce qui nous permet de déduire que : « *l'entrepreneur de TPE, se lance en affaire pour se donner du travail, et en même temps pour obtenir une situation financière confortable* ».

b). Un entrepreneur qui ne cherche pas à innover

Dans la conception d'un projet d'entreprise, l'idée de la création reste la base de toute action, car cela influe sur la suite du projet ; partons du constat que la motivation principale est la recherche d'un travail stable et une entrée pécuniaire intéressante.

La recherche d'une innovation n'est pas leurs but, et cela se traduit par le fait est que, la totalité déclare qu'ils ont imité, partant d'une entreprise qu'ils ont vue évoluer, et même pour 40%, l'entreprise imitée été leur ancien employeurs. Donc : « *l'entrepreneur de TPE, est plutôt un imitateur, qui ne se risque pas dans le domaine de l'innovation ; privilégiant d'imiter ceux qui ont réussi* ».

c). Un entrepreneur individuel

Une création d'entreprise peut être individuelle ou collégiale ; car une entreprise peut être créé par un individu ou plusieurs ; dans le cas présent ses entrepreneurs prennent la décision pour 88% d'entre eux, soit la majorité d'entreprendre seul. Donc ses entrepreneurs, se voient seuls « patrons », cela traduit le constat suivant : « *l'entrepreneur de TPE, est aussi dans une recherche d'un statu, être propriétaire, devenir son propre patron* ».

²⁵⁴Pandeliau G., « Le profil du créateur d'entreprise », édition l'Harmattan, 1997.

3.2. Les obstacles de la démarche entrepreneuriale

Dans la phase de création, qui précède la phase de gestation de l'idée²⁵⁵, l'entrepreneur met en place l'organisation, pour préparer la phase de démarrage²⁵⁶. Entre ces deux phases l'entrepreneur rencontre des obstacles que chacun affronte à sa manière, car les dispositions de départ des entrepreneurs différents, par exemple si l'obstacle financier est de dimension importante pour l'entrepreneur A, il ne l'est pas forcément pour l'entrepreneur B.

Les problèmes administratifs constituaient le deuxième obstacle qu'ont affronté ses entrepreneurs. Mais le principal obstacle à une création d'entreprise, fut le manque de financement, car il demeure le problème le plus appréhendé par les individus cherchant à devenir entrepreneur.

Ceci dit, l'existence de l'obstacle financier, ne veut pas forcément dire que ses entrepreneurs ont eu des difficultés à obtenir du financement, car 60% d'entre eux déclarent n'ont n'avoir pas eux. Car c'est des entrepreneurs qui se sont préparés pour cette démarche, on se constituant un capital, épargnés durant leurs années de travail ; ou ayant recours parfois à un soutien financier familial ou amical. Pour ceux qui ont eus des difficultés financières, la majorité d'entre eux se sont adressés au programme d'aide ANSEJ, et qui ont été affecté par la lenteur de l'octroi du crédit.

Ainsi nous déduisons que : *« l'entrepreneur de TPE, c'est un individu qui se prépare avant de se lancer en affaire, et c'est un acteur qui s'appui sur son entourage familial et amicale pour affronter les obstacles financiers de la phase de démarrage. L'entrepreneur de TPE en Algérie, est plus confronté à des problèmes de financement et administratif, qu'autre choses, les autres problèmes les qualifiants de mineurs »*

²⁵⁵ Démarche individuelle, car elle fait appel à des critères personnelles intimes, conscients ou non.

²⁵⁶ Pandeliau G., « Le profil du créateur d'entreprise », édition l'Harmattan, 1997.

3.3. L'activité entrepreneuriale ou présentation de la TPE

3.3.1. La nature de l'activité

L'entrepreneur de TPE privilégie, le commerce et les services, pour la majorité d'entre eux, car se sont des activités qui ne demandent pas pour nos entrepreneurs interrogés, un savoir faire particulier. Les entrepreneurs qui se sont dirigés vers l'artisanat, se sont des entrepreneurs possédants une formation professionnelle. Donc : *« l'entrepreneur choisi l'activité selon sa formation, et aussi selon le degré de facilité dans la gestion de cette activité ».*

3.3.2. Le recrutement dans la TPE

Les recrutements dans les TPE, se font selon des préférences confrériques et familiales, car presque la moitié des entrepreneurs (40% des entrepreneurs interrogés) déclarent embaucher des membres de leurs familles, et cela concerne surtout les artisans qui veulent transmettre un savoir faire. Avec cette annotation, que le secteur des TPE commerciales est plus employeurs que les autres. Et que ses entrepreneurs recrutent par obligation. Ce que nous retenons, c'est que : *« l'entrepreneur de TPE, s'entoure de sa famille quand il est obligé de recourir au recrutement ».*

3.3.3. Une TPE pérenne

Avec un âge qui dépasse les 5ans pour 76% d'entre elles, et une rentabilité affichée chez 68% de ses TPE, en sachant que ses entreprises rentables sont des entreprises qui ont une moyenne d'âge entre elles de 14 ans, avec un domaine artisanale qui se concorde dans les deux cas. Alors notre constat est le suivant : *« la TPE de l'entrepreneur artisan est plus pérenne que les autres ».*

3.4 L'entrepreneur algérien face au modèle de A.Shapero

3.4.1. La discontinuité ou le déplacement chez l'entrepreneur algérien

L'entrepreneur de TPE était dans la recherche d'un emploi, ou s'il en a eu un, c'est un emploi qui n'était pas sûr, car il était sous la forme d'un CDD ou informel, avec 44% qui

proviennent d'un milieu modeste, et 44% d'un milieu moyen née dans une famille nombreuse, donc l'acte entrepreneurial est due à une « *discontinuité négative (push)* ».

3.4.2. La crédibilité de l'acte

Cette variable sociologique n'est plus un facteur essentiel qui pousse vers l'entrepreneuriat, car seulement 40% des entrepreneurs proviennent d'un milieu familial d'entrepreneur, le reste soit la majorité de l'échantillon, ne l'est pas. Ce qui nous pousse à dire que : « *la crédibilité de l'acte elle est plutôt personnelle que liée à l'environnement familial, et aussi due à une expérience dans une entreprise similaire, qu'à un phénomène de regroupement professionnelle et confrérique* ».

3.4.3. La faisabilité de l'acte

Si pour créer une entreprise, l'entrepreneur dans le modèle de A.Shapero doit s'assurer les 6M, soit : l'argent, la main d'œuvre, le matériel, les machines, le marché, et la gestion. Pour notre entrepreneur de TPE algérien, ce n'en n'est pas le cas, car : « *l'entrepreneur de TPE, voit la faisabilité de l'acte lié seulement à l'argent, du côté de la main d'œuvre il estime qu'il peut assurer le minimum* ».

3.5 La vision entrepreneuriale : Une vision différente selon le niveau d'instruction.

Tableau n°42 : La différence de la vision selon le niveau d'instruction

	Universitaire		Non-Universitaire	
	NB	%	NB	%
Maintenir l'activité	02	8%	12	48%
Agrandir	03	12%	01	4%
Diversifier	02	8%	05	20%
100%	////////	28%	////////	72%
25	07		17	

Quand un universitaire passe à l'action entrepreneuriale, sa vision pour le futur de l'entreprise est plus optimiste et plus opportuniste, avec la majorité d'entre eux soit 05 entrepreneurs sur 07, qui prévoient le changement (02 veulent ajouter une autre activité, et 03 veulent agrandir leurs TPE). Alors que pour ceux qui n'ont pas de diplôme universitaire, les 2/3 se satisfont de ce qu'ils ont, et seulement le 1/3 d'entre eux prévoit plutôt d'ajouter une autre activité que s'agrandir, pour ajouter un deuxième revenu, plutôt qu'autre chose. Et avec 56% de l'échantillon qui ne voit pas autre avenir, que le maintien de la taille de leur entreprise.

Ces résultats nous font déduire ce qui suit :

- *« Les entrepreneurs de TPE en majorité, ne sont pas des adeptes du changement, ayant un caractère statique » ;*
- *« Les entrepreneurs de TPE, détenant un niveau universitaires sont des entrepreneurs dynamiques, avec une vision optimiste et opportuniste pour leurs entreprises par l'agrandissement, ou bien pour leurs rôles d'entrepreneur par la diversification ».*

CONCLUSION

Dans le but de comprendre et de définir cet acteur, qu'est l'entrepreneur, la recherche d'un profil ou d'une typologie peut mettre en évidence ses qualités comme ses défauts, son origine familiale et son niveau d'instruction, et nous permettre de comprendre aussi les raisons qui incitent vers l'action entrepreneuriale. Par ce fait, comprendre pourquoi untel est entrepreneur, quel était son but en le devenant, et comment il a fait pour le devenir, et que prévoit-il pour son futur.

Notre enquête nous a fait comprendre que l'entrepreneur de TPE algérien dans la wilaya d'Oran, n'est pas moins difficile à caractériser que son homologue occidental ; il est hétérogène par ses origines, par son niveau d'instruction, par son parcours entrepreneurial et sa vision pour son futur.

Néanmoins il peut être présenté sous forme de typologie, qui en traitant des différences entre les différents groupes qui composent les entrepreneurs de TPE algériens, peut faire ressortir les caractéristiques qui se reflètent en lui. Et permettre par ce fait, d'apporter des réponses aux interrogations émises dans notre recherche.

Conclusion générale

Durant la première moitié du 20^{ème} siècle, des indices économiques et sociaux laissaient supposer que, l'entrepreneur et la petite entreprise étaient des reliques du passé, et que les grandes entreprises seraient la réponse à tout; ainsi elles seraient les seules à pouvoir créer des emplois et de la richesse, dans un contexte économique de compétition internationale, de plus en plus accrue, dans tout les pays, qu'importe leur idéologie. Mais à la fin du 20^{ème} siècle, la grande entreprise montrait ses limites, devant les différentes crises économiques que connaît le monde. De là, naquit un nouveau courant d'intéressement à l'entrepreneur et à sa petite entreprise, qui allait devenir un moyen de contré cette situation économique.

Mais l'importance de l'entrepreneur dans la pensée économique a été longtemps relativisée. Car pour R.Cantillon l'entrepreneur est un personnage reconnu, mais pas forcément considéré comme important, variable mathématique pour L.Walras, simple intermédiaire pour J.B.Say, assimilé parfois à l'organisation par A.Marshall, obsolète pour J.K.Galbraith. L'apport fut par J.A.Schumpeter et les néo-schumpeteriens, suivis par des chercheurs contemporains. Car dans leurs investigations, pour produire un profil standard de l'entrepreneur, ils se sont convenus qu'il n'y avait pas de définition consensuelle de l'entrepreneur, cependant établir des modèles multiples qui permettraient de mieux comprendre cet agent économique, par un examen sous différents angles, était raisonnable, et par ce fait, établir des typologies qui permettraient de l'identifier.

La recherche sur l'entrepreneur algérien n'est pas en reste, malgré qu'elle ne soit pas aussi foisonnante, mais elle nous a permis d'établir un bilan théorique. Avec un entrepreneur algérien qui a vécu avec les tumultes qu'a connus l'Algérie colonisée, en s'adaptant, et en investissant les terres inappréciées par le colonisateur, et en occupant les activités que ce dernier trouvait indignes de lui, ou pas assez rentable. Prenant ainsi la forme : d'*Agriculteur, Artisan, Patron-pêcheur, Petit commerçant, Négociant* ; n'abandonnant pas la recherche d'un statut social, en cherchant à devenir un « *Cheikh* ».

Après 1962, le cadre institutionnel en Algérie a connu un changement profond, avec au départ, plus de 20 années de prédominance du secteur public, sous la devise de « *l'industrie industrialisante* », et une vision d'un état unique propriétaire et entrepreneur ; qui avait choisi d'abolir « *l'institution de la propriété* »²⁵⁷. Mais malgré cela, l'entrepreneur a survécu, s'activant en majorité dans les secteurs économiques sous une forme informelle, gardant son ambition du passé mais ajoutant l'industrie comme secteur probable d'activité.

²⁵⁷ Rousseau J.-J., « Discours sur l'origine des fondements de l'inégalité parmi les hommes », édition Gallimard, 1965.

Avec une liberté d'investir qui n'a été consacrée qu'en 1993, et des changements institutionnels qui n'ont démarré qu'en 2001, l'Etat algérien commença à encourager le développement de l'investissement privé, national et étranger. Et cela, par des réformes entamées dans un climat d'urgence économique, d'instabilité politique et de crise sécuritaire et sociale, qui maintenait encore une bureaucratie institutionnelle, ce qui a fait que, les entrepreneurs se retrouvaient à évoluer à nouveau dans un environnement sans règles, changeant avec les humeurs politiques, préférant par nature, cette non-formalisation d'une partie de l'économie qui lui fait courir moins de risque.

D'un autre coté, la *Très Petite Entreprise* qui est le fruit de l'entrepreneuriat, s'est vue évoluer dans des conditions qui ne favorisent nullement son développement. La TPE avec sa volatilité, et les difficultés liées à un marché de proximité, et une stratégie bâtie sur une vision personnelle de son créateur plutôt qu'une logique économique, n'a pas cédé du terrain aux autres formes d'entreprises ; par contre, elle est devenue la forme dominante chez les entreprises algériennes, avec des taux qui dépassent 90% des entreprises, durant ces vingt dernières années.

Mais la création d'un environnement viable pour l'existence d'un foisonnement de cette forme d'entreprise, reste loin d'être une préoccupation de l'Etat, au regard des chiffres. Un Etat algérien qui demeure loin derrière ces deux voisins, le Maroc et la Tunisie. Ces derniers qui offrent un environnement pour que l'investisseur et l'entrepreneur, puissent trouver les conditions nécessaires à leurs actions.

Sous toutes ces conditions, l'entrepreneur de TPE algérien survit et même produit de la richesse, un entrepreneur qui est aussi inclassable, mais malgré cela, qui peut être identifié selon un profil:

- Un entrepreneur qui a évolué, qui est de plus en plus instruit en comparaison avec ses prédécesseurs ;
- Un entrepreneur qui est plutôt explorateur que reproducteur, qui n'est plus l'héritier originaire d'une famille aisée, mais qui provient plus d'une famille modeste, issu d'un milieu urbain que rural ;
- Un entrepreneur qui constitue son capital expérience majoritairement dans une TPE-PE, et qui ne provient plus du secteur public, et qui connaît une instabilité professionnelle avant de créer sa TPE ;

- C'est un individu qui se prépare avant de se lancer en affaire, un acteur qui s'appuie sur son entourage familial et amical pour affronter les obstacles financiers de la phase de démarrage ;
- Il choisit l'activité selon sa formation, et aussi selon le degré de facilité dans la gestion de cette activité ;
- Il est plutôt un imitateur, qui ne se risque pas dans le domaine de l'innovation ; privilégiant d'imiter ceux qui ont réussi ;
- Un entrepreneur qui se lance en affaire pour se donner du travail, et en même temps pour obtenir une situation financière confortable ; recherchant un statut, être propriétaire et devenir son propre patron ;
- Un entrepreneur qui s'entoure de main-d'œuvre provenant de sa famille, quand il est obligé de recourir à l'embauche ;
- Un entrepreneur qui est plus confronté à des problèmes de financement et administratifs, qu'à d'autres choses.

Ainsi, c'est dans cette optique que nous avons produit à partir des données de notre enquête, ce profil de l'entrepreneur de TPE, pour pouvoir répondre aux hypothèses que nous avons formulé au début de notre recherche.

La première hypothèse était que : L'entrepreneur de TPE algérien suit une démarche semblable au modèle de A.Shapero, ce qui s'est avéré sur certains points :

- Sur la discontinuité ou le déplacement chez l'entrepreneur de TPE algérien, elle est existante par une discontinuité négative (push), pour la plupart d'entre eux ;
- La crédibilité de l'acte : elle est plutôt personnelle que liée à l'environnement familial, due plus à une expérience dans une entreprise similaire, qu'à un phénomène de regroupement professionnel et confrérique ;
- Pour la faisabilité de l'acte, l'entrepreneur de TPE, la voit liée seulement à l'argent ; du côté de la main d'œuvre, il estime qu'il peut assurer le minimum.

Ce qui nous a permis d'avancer que, l'entrepreneur de TPE algérien peut être classé selon le modèle d'A.Shapero ; mais sa dimension d'action fait que la faisabilité, il ne la perçoit que par la disponibilité du financement, et deuxièmement la crédibilité n'est pas un facteur important pour lui, car elle est envahie par la discontinuité négative, et sa recherche d'un emploi.

Pour **La deuxième hypothèse** sachant qu'un entrepreneur statique, c'est celui qui cherche plutôt une stabilité pour son entreprise, ne cherchant pas l'évolution ; cela c'est avéré

pour la plupart d'entre eux, car les entrepreneurs de TPE algériens en majorité, se composant d'artisans et de commerçants, ne sont pas des adeptes du changement ; pouvant être classé ainsi, dans des typologies d'entrepreneurs statiques.

La troisième hypothèse qui était que : l'entrepreneur de TPE algérien détenant des diplômes d'étude supérieur, a des objectifs différents de celui qui n'en possède pas. Elle trouve sa confirmation dans la synthèse de notre enquête, car il s'est avéré que : « *Les entrepreneurs de TPE détenant un niveau universitaires, sont des entrepreneurs dynamiques, avec une vision optimiste et opportuniste pour leurs entreprises par l'agrandissement, ou bien pour leurs rôles d'entrepreneur par la diversification* ».

A travers ce travail nous avons aussi pu produire une typologie concernant l'entrepreneur de TPE algérien, ce qui nous a permis de pouvoir répondre à cette interrogation qui était la base de notre recherche : **Qui sont ces entrepreneurs de Très Petite Entreprise (ou de micro entreprise) en Algérie ?**

La typologie que nous proposons, distingue trois groupes dans notre échantillon d'entrepreneur interrogés :

1. *Un entrepreneur artisan* : qui ne provient pas d'un milieu favorisé, qui connaît son métier à la suite d'une formation, issu d'une autre TPE, il crée sa propre TPE pour avoir un emploi plutôt que pour suivre une tradition ; et il trouve du soutien au près de son milieu familial. Un entrepreneur qui tient a sa TPE, persévérant, s'assimilant à elle. Un entrepreneur qui se fie à lui-même plutôt qu'à une main d'œuvre qu'il perçoit parfois comme inutile. Un entrepreneur statique, qui se satisfait de ce qu'il a, et ne cherche pas à faire évoluer sa TPE ;
2. *Un entrepreneur commerçant* : qui provient d'un milieu moyen ou favorisé, qui crée son emploi grâce à un soutien familial, qui peut détenir un niveau d'instruction élevé comme il peut ne pas l'avoir, confiant dans l'avenir. Un entrepreneur qui est animé par la réussite économique plutôt que l'autonomie ;
3. *Un entrepreneur opportuniste* : instruit et majoritairement universitaire, qui peut cumuler plusieurs activités, et qui est dans une recherche de développement de son affaire, ou pour en ajouter une autre ; non réfractaire au crédit bancaire, prépare sa démarche entrepreneuriale, par un cumul du capital nécessaire à travers un emploi qu'il occupe chez d'autres, son origine familiale et professionnelle est disparate. Un entrepreneur dynamique car il prévoit une évolution pour sa personne, et pour sa TPE.

Aussi notre enquête nous a permis de noter que l'entrepreneur de TPE algérien agit en prenant compte, au départ, de son processus de création, que son action en tant qu'entrepreneur voulant entreprendre dans une entreprise d'une taille très modeste, est liée de facto à l'informel, que ce soit dans le démarrage, dans le fonctionnement, ou dans sa façon de cumuler le capital, nous poussons vers ces interrogations : *Qu'elle est la part de l'informel dans le processus entrepreneurial pour un entrepreneur de TPE ? Et peut-on créer un modèle entrepreneurial qui comprend la dimension informel comme constituante ? Et aussi, dans la lignée de la définition apportée par A.Henni sur l'informel, est-ce que cette exclusion de l'économie formelle, de tous ce qui ne suit pas les procédures sur lesquelles elle s'appuie, le qualifiant d'informel, est marque de progrès, ou un frein pour cet entrepreneur de TPE et son développement ?*

Nous souhaitons que ce travail, à travers ce mémoire, modeste qu'il soit, contribuera dans le domaine de la recherche sur l'entrepreneuriat, et apportera une goutte de connaissance dans la mer que représente ce champ de recherche.

Bibliographie

Ouvrages et revues:

Ait Ziane K. et Ait Ziane H., « Territoire et entrepreneur innovateurs: Cas de l'Algérie », Centre Universitaire de Khémis –Miliana, Algérie Colloque International : « Création d'entreprises et territoires » Tamanrasset : 03 et 04 Décembre 2006.

Albagli C. et Hénault G.M. (s.dir.), « La création d'entreprise en Afrique », Vanves (92178) : EDICEF, 1996.

Assala K., « PME en Algérie : de la création à la mondialisation », congrès sur L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse, 25, 26, 27 octobre 2006.

Assala.K., Tounes A., « Influences culturelles sur des comportements managériaux d'entrepreneurs algériens », 5ème congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat - Sherbrooke - Canada - Octobre 2007.

Audretch D. « l'émergence de l'économie entrepreneuriale », <http://www.cairn.info/revue-reflets-et-perspectives-de-la-vie-economique-2006-1-page-43.htm>.

Badrani S., « Nouveaux entrepreneurs dans la transition à l'économie de marché : les entrepreneurs ruraux », cahiers du CREAD n°40, pages 5-19, 2ème trimestre 1997.

Benachenhou A., « Pour une meilleure croissance », édition Alpha Design, Juin 2008.

Ben Romdane M., « Commerce et stratégies de développement : le cas tunisien », rapport CAPC (Centre Africain de Politique Commerciale), n°53, 2007.

Bentabat E. et Michum S. et Trouve P., « Gestion des hommes et formation dans les très petites entreprises », Etude n° 72 CEREQ – 1999.

Berger B., « Esprit d'entreprise : cultures et sociétés », PUF, éditions Maxima, 1993.

Birch D.L., « La création d'emplois en Amérique : Comment nos petites entreprises mettent le plus de gens au travail », édition Free PR, 1987.

Boughadou A., « Politiques d'appui à la compétitivité des entreprises algériennes », Ministère de la PME et de l'Artisanat, Avril 2006.

Boukhobza M., « Ruptures et transformations sociales en Algérie », édition OPU, 1989.

Bouquot G., Table ronde à Paris organisée par l'IFRI (Institut Français des Relations Internationales) et le CESEM (Centre d'Etudes Sociales, Economiques et Managériales) avec le soutien du Groupe OCP, 10 octobre 2009.

Boutillier S. et Uzunidis D., « L'entrepreneur : une analyse socio-économique », éditions Economica, Paris, 1995.

Boutillier S., Uzunidis D., « La légende de l'entrepreneur », édition Syros, 1999.

Boutillier S. et Uzunidis D., « Quelle est l'utilité marginale de l'entrepreneur ? », Revue problèmes économiques, n°2.742, 2/01/2002.

Boutillier S., Uzunidis D., « L'aventure des entrepreneurs », édition Studyrama, 2006.

Boutillier S., Fournier C., « Artisanat, La modernité réinventée », édition Broché, 2006.

- Boutillier S., « L'entrepreneur artisan. Entreprendre et dynamique du capitalisme, essai d'analyse d'Adam Smith à David Audretsch », université de l'île nord de France, 2009.
- Boutillier S., Uzunidis D., «Le capitalisme et ses acteurs : perspective historique. Capitalisme et entrepreneurs », Les Cahiers français, n°349, 2009.
- Boutillier S., « L'entrepreneur artisan-entreprendre et dynamique du capitalisme », 5eme rencontre artisanat et recherche, Entreprendre dans l'Artisanat : quel(s) défi(s) ? Montpellier 15 juin 2010.
- Bouyacoub A., «Les nouveaux entrepreneurs en Algérie en période de transition : la dimension transnationale », cahiers du CREAD n°40, pages 105-119, 2ème trimestre 1997.
- Bouyacoub A., « les PME en Algérie : quelles réalités ? », journée d'étude organisée au CNAM, dans le cadre du projet CNEP (GRIOT-CREAD), 11 octobre 2002.
- Bouyacoub A., « Entrepreneur et PME : Approches Algéro-Française », édition L'harmattan, 2004.
- Bruyat C., « Création d'entreprise : contribution épistémologique et modélisation », Thèse pour le Doctorat ès Sciences de Gestion, ESA université Pierre Mandes de Grenoble, 1993.
- Casson M., « L'entrepreneur », éditions Economica, Paris, 1991.
- Comte A., « Cours de philosophie positive », 1830.
- D'Amboise, G., « Des stratégies possibles pour une PME, Quelle gestion stratégique pour la PME », Presses Inter-Universitaires, Editions 2 continents et Centre d'Entrepreneuriat et de PME de l'Université Laval, 1997.
- Drucker P., « Les entrepreneurs », éditions Lattés, 1985.
- Drucker-Godard C., "La gestion au quotidien des priorités du dirigeant : analyse de la dynamique du portefeuille de préoccupations décisionnelles", Thèse de doctorat, Université Paris IX Dauphine, 2000.
- Fayolle A., « Du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneurial : quelques idées et pistes de recherche », 6^o Congrès international francophone sur la PME, HEC – Montréal, Octobre 2002.
- Ferrier O., « Les très petites entreprises », édition De boeck, Bruxelles, 2002.
- Filion L.-J., « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Revue Internationale P.M.E, vol. 10, n° 2, 1997.
- Filion L.J., « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Cahier de recherche n° 97.01, HEC Montréal, p36 .1997.
- Fourastié J., « Les trente glorieuses, ou, La révolution invisible de 1946 à 1975 », éditions BROCHE, 1979.
- Gibert E., « Les mobiles de l'entrepreneur », Thèse pour le doctorat d'Etat ès Sciences de Gestion, Université de Rouen, 1980.
- Gilder G., « L'esprit d'entreprise », édition Fayard, Paris, 1985.
- Gillet A., « Les entrepreneurs algériens créateurs de petites entreprises : un groupe hétérogène entre logiques sociales, domestiques et logique économique capitaliste » cahiers du CREAD, 2003.
- Gillet A., « L'entrepreneuriat des femmes en Algérie : dynamiques économiques et sociales, motivations et trajectoires socioprofessionnelles », CNAM-GRIOT, paris, 2003.

- Hamed Y., « Le financement de la micro-entreprise au Maghreb : cas de 429 micro entrepreneurs algériens » - Cahier du GRATIS n°22 - Université Paris XII, 2002.
- Henni A., « Le cheikh et le patron », édition OPU, 1993.
- Hernandez. E.M., « Le processus entrepreneurial », édition l'harmattan, avril 1999.
- Isli M.A., « La création d'entreprise en Algérie », Cahiers du CREAD n°73, pages 51-70,2005.
- Julien P.-A. & Marchesnay M., « La petite entreprise », édition Vuibert, 1988.
- Julien P.-A., « Les PME: Bilans et perspectives », édition Economica, 1994.
- Julien P.-A. & Marchesnay M., "L'Entrepreneuriat", édition Economica, Paris, 1996.
- Laufer J., "Comment on devient entrepreneur ?", Revue Française de Gestion, n° 2, p. 11-26, novembre 1975.
- Laurent P., "L'entrepreneur dans la pensée économique", Revue Internationale P.M.E, vol. 2, n°1, p 57-70, 1989.
- Lepley B., « Le conflit est-il possible dans les PME ? », Problèmes Economiques, n° 2742, p. 13-16 extrait de La revue de la CFDT, n°45, novembre 2001.
- Le Robert, dictionnaire de la langue française, édition les dictionnaires le Robert, 2004.
- Liabes D., « Entreprises, entrepreneurs et bourgeoisies d'industrie en Algérie. Quelques éléments pour une sociologie de "l'entreprendre" », cahiers du CREAD n°1, page 97-113, 1^{er} trimestre 1984.
- Lorrain J., Dussault L., « Les entrepreneurs artisans et opportunistes : une comparaison de leurs comportements de gestion », Revue Internationale P.M.E, vol.1, n° 2, p. 157-176.1988.
- Lutz B., « L'aide aux PME en milieu rural : besoins et réalités », édition Pour, 2003.
- Marchesnay M., « Management stratégique », édition l'ADREG, 2004.
- Marshall A., « L'industrie et le commerce. Etude sur la technique industrielle et l'organisation des affaires, leur influence sur les conditions d'existence des différentes classes sociales et des nations », Tomes 1 et 2, Editions Marcel Giard, édition originale 1919. Réédition 1934.
- Marshall A., « Principes d'économie politique », Tome I, édition Gordon et Breach, Paris, 1971.
- Merzaka A., « Le secteur privé et la croissance en Algérie », Thèse de Doctorat, université Batna, 2007.
- Mouchiroud D., Cours de méthodologie, Mathématiques : Outils pour la recherche – Deug SV1 – UCBL, 17/10/2002.
- Mucchielli R., « Le questionnaire dans l'enquête psychosociale », collections formation permanente en sciences humaines, édition ESF, 1993.
- Nadir A., « Le mouvement réformiste algérien et la guerre de libération nationale », revue d'histoire magrébine N°4, 1974.
- Piore M., Conférence inaugurale du CIFPME de Trois-Rivières, 1996.
- Pandelliau G., « Le profil du créateur d'entreprise », édition l'Harmattan, 1997.
- Peneff J., « Industriels algériens », CRESM-CNRS, Paris, 1981.

Quesnay F., « Essai sur l'économie animale », 1736.

Riverin N., « Management des PME », édition l'ADREG, 2001.

Rousseau J.-J., « Discours sur l'origine des fondements de l'inégalité parmi les hommes », édition Gallimard, 1965.

Sammut S., "Contribution à la compréhension du processus de démarrage en petite entreprise", Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, université de Montpellier, décembre 1995.

Say J.-B., « Traité d'économie politique », éditions Calmann-Lévy, Paris, 1972.

Sayad A., « Les trois âges de l'émigration algérienne », Actes de la recherche en sciences sociales, 1977.

Schumacher E.F., « Small is Beautiful : une société à la mesure de l'homme », édition le Seuil, 1978.

Schumpeter J.A., « Théorie de l'évolution économique », édition Dalloz, Paris, 1935.

Schumpeter J.A., « Capitalisme, Socialisme et Démocratie », édition Payot, 1961.

Smith A., « Recherches sur la nature et les causes de la richesse des nations », édition Flammarion, Paris, 1988.

Souidi R., Ferfera M.y, Akrouf T., « Les entrepreneurs, le territoire et la création d'entreprises: enquête à Boghni », cahiers du CREAD N° 51, page 45-70, 1^{er} trimestre 2000.

Stevenson H.H., « Les six dimensions de l'entrepreneur », L'art d'entreprendre, Village Mondial, p. 23-27. 1998.

Stinchcombe A., "Social structure and organizations", édition James March, 1965.

Torres O., « Essai de conceptualisation proxémique de la petitesse des entreprises », 6^{ème} Congrès International Francophone PME (CIFPME 2002), HEC Montréal, 30 octobre-1 novembre 2002.

Torres O., « La recherche sur les PME », Revue regard sur les PME, édition OSEO, juin 2007.

Tounes A., « L'intention entrepreneuriale », Thèse de Doctorat, université de Rouan, 2003.

Verin H., « Entrepreneurs, entreprise. Histoire d'une idée », édition P.U.F., 1982.

Verstate T. et Saporta B., « Création d'entreprise et entrepreneuriat », édition l'ADREG, 2006.

Woot P., « Pour une doctrine de l'entreprise », édition le seuil. 1968.

Rapports :

Bulletin du ministère de l'Industrie, de la PME et de la Promotion de l'investissement, 2011.

« La gestion du temps », cahier de la Fondation de l'Entrepreneurship, 1999.

« Rapport sur les PME », CNES, 2002.

« Caractéristiques socioéconomiques des pays du grand Maghreb », Collections statistiques, ONS, n°10, 1988.

Observatoire APCE, France, 1999.

Programme intégré pour l'amélioration de la compétitivité et l'appui à la restructuration industrielle en Algérie, ONUDI (Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel), Vienne, 23 août. 2006.

Rapport final : « Programme d'Appui aux PME/PMI: des résultats et une expérience à transmettre », Ministère de la PME et de l'Artisanat, Euro Développement PME. Décembre. 2007.

« Stratégie nationale de développement de la compétitivité logistique », rapport du Ministère de l'équipement et du transport marocain, 2010.

The state of small business. A report to the President, Washington, Mai 1985.

Décrets et lois :

Journal officiel n°53, 02/08/1963.

Journal officiel n°82, 23/09/1966.

Journal officiel n°34, 24/08/1982.

Journal officiel n°28, 12/07/1988.

Décret exécutif n°91-454 du 23/11/1991.

Arrête interministériel du 19/02/1992.

Décret législatif n°12 du 5/10/1993.

Instruction interministérielle n°28, 15/05/1994.

Journal officiel n°77, 15/12/2001.

Journal officiel n°74, la loi02-73, 13/11/2002.

Journal officiel n°13, décret 32-78, 26/02/2003.

Adresses électroniques :

www.ansej.org.dz

www.apce.com

www.creation-entreprise.fr

www.doingbusiness.org

www.editions-adreg.net

www.entrepreneuriat.com

www.ons.dz

www.pme.gouv.fr

www.pmeart-dz.org

[www.premier- ministre.gouv.fr](http://www.premier-ministre.gouv.fr)

www.wikipedia.org

www.worldbank.org

Annexes

Le Questionnaire

Le questionnaire numéro	
-------------------------	--

Cette recherche porte sur les facteurs socioculturels et la création d'entreprise. Son but est de comparer les valeurs des différentes origines sociales et niveaux d'instructions, et d'apporter par ce fait une connaissance de votre expérience au milieu universitaire.

La qualité et la précision de vos réponses en assureront la réussite.

Les informations fournies, ainsi que toutes vos réponses à ce questionnaire, seront gardées strictement confidentielles.

Table des matières

- 1. Information générale
- 2. Expérience entrepreneuriale

1. Information générale

1.1 Lieu de naissance _____

1.2 Sexe Masculin Féminin

1.3 Age _____

1.4 Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez atteint ?

Aucun

École primaire

C.E.M (moyen)

Lycée

Étude professionnelle

Étude supérieure

1.5 venez-vous d'une famille nombreuse ?

Oui Non

1.6 venez-vous d'un milieu

Modeste Moyen Aisée

1.7 Signalez la profession des parents

Père.....Mère.....

1.8 Avait-vous dans la famille des entrepreneurs

Oui

Non

Qui sont t'ils

2. Expérience Entrepreneuriale

Description de l'entreprise

2.1 Quelle catégorie décrit le mieux votre entreprise ?

- Artisanat BTP Commerce de détail Commerce de gros
- Transport Restauration industrie agriculture
- Communication et services

Préciser votre activité _____

2.2 Combien d'employés avez-vous ? _____

Préalables à la création de l'entreprise

2.3 Que faisiez-vous juste avant d'aller en affaires ?

- Chômeur Employé dans une entreprise semblable à la vôtre
- Ayant terminé les études ou la formation
- Employé dans une entreprise différente de la vôtre
- possédant une autre entreprise

2.3.1 Avant de posséder une entreprise, pour combien de temps avez-vous travaillé comme salarié ? _____ Années

2.3.2 Dans combien d'entreprise avez-vous travaillé ? _____

2.3.3 Quand vous étiez salarié vous aviez (coché la bonne réponse)

Un CDD ou CDI ou Informel ou Stage

2.3.4 Dans quel type d'entreprise travailler vous

T.P.E (-10 salariés)

PE (10 à 49 salariés)

Pme/Pmi (50 à 249) salariés)

Grande entreprise ou organisations (plus de 250 salariés)

Organismes publics ou para public

2.4 Avez-vous :

Acheté votre entreprise Créé votre entreprise Hérité de votre entreprise

2.5 Pourquoi avez-vous créé une entreprise ? Veuillez classer vos réponses, 5 étant la raison la plus importante et 1 la raison la moins importante.

1er choix	2e choix	3e choix	4e choix
Très important	Important	Un peu important	Peu important
4	3	2	1

Me donné du travail

Gagner de l'argent

Être mon propre patron

C'est une tradition familiale

Destiner à ceux qui ont une autre affaire avant :

2.6 Pourquoi avez-vous créé cette affaire

changement d'activité ajouter une autre activité

Création et démarrage de l'entreprise

2.7 Qu'elle âge a votre entreprise ? _____

2.8 L'entreprise que vous avez créée ou achetée vend-elle des produits ou (services) semblables à ceux vendus par l'entreprise dans laquelle vous avez été employé autrefois?

Oui Non

2.9 L'entreprise que vous avez créée ou achetée vend-elle des produits ou (services) semblables à ceux vendus par une autre entreprise plus ancienne que la votre ?

Oui Non

2.10 Indiquez le classement entre ses quatre problèmes du plus importants auxquels vous avez été confrontés lorsque vous vous êtes lancé en affaires (classez par ordre décroissant, 1 étant le plus important et ainsi de suite) au moins important

Trouvé de la main d'œuvre

Financiers

Administratives

Disponibilité d'équipement et matériels

2.11 Quels sont les plus importants problèmes auxquels votre entreprise fait face aujourd'hui? (Classez par ordre décroissant, 1 étant le plus important et ainsi de suite).

Trouvé de la main d'œuvre

Financiers

Administratives

Disponibilité d'équipement et matériels

Réseau personnel

2.12 Avez-vous des membres de la famille travaillant dans l'entreprise ?

- Oui Non

2.13 Avez-vous des partenaires ou associés ?

- Oui Non

2.14 Sont-ils de la famille

- Oui Non

2.15 Pourquoi avez-vous décidé d'avoir des partenaires ou associés ?

- Acquérir des compétences
- Partager le risque
- Partager les coûts

Financement et finances

2.16 Quelles sont vos sources de financement (indiquez le pourcentage total) ?

- Économie personnelle _____%
- Amicales _____%
- Prêts bancaires ou équivalent _____%
- Prêts de la famille _____%
- Prêts ou subventions gouvernementaux _____% Le total doit être 100 %

2.17 Avez-vous eu des difficultés à obtenir du financement ?

- Oui Non

2.18 Avez-vous déjà été confronté à des difficultés financières importantes dans votre entreprise ?

Oui Non

2.19 Avez-vous d'autres revenus à part celui qui vous vient de votre entreprise ?

Oui Non

2.20 Dans quelle situation financière votre entreprise se trouve-t-elle ?

Rentable Ni rentable, ni déficitaire En déficit

2.21 Êtes-vous satisfaits de votre situation financière actuelle ?

Oui Non

2.22 Si vous aviez le choix vous recommenceriez

Oui Non

2.23 Qu'envisagez-vous pour votre avenir

Maintenir la taille de votre entreprise

Vous agrandir

Changer d'activité

Diversifier votre activité

Pour poursuivre ma recherche, je souhaiterais interviewer plusieurs entrepreneurs de votre entourage. S'il vous plaît, indiquez ci-dessous le nom et l'adresse d'une de vos connaissances.

Nom Adresse

Téléphone Date de l'entrevue :

Merci de votre précieuse collaboration!

Liste des sigles

A.N.S.E.J : Agence Nationale de Soutien à l'Emploi de Jeunes.

A.N.D.I : Agence Nationale du Développement de l'Investissement.

A.N.G.E.M : Agence Nationale de Gestion des Micros-crédits.

A.P.S.I : Agence Nationale pour la Promotion de l'Investissement.

C.N.A.C : Caisse Nationale d'Assurance Chômage.

C.N.C : Conseil National Consultatif.

C.N.I : Conseil National d'Investissement.

F.G.A.R : Fonds de Garantie des Crédits aux PME.

G.A.T.T : General Agreement on Tariffs and Trade

ME : Moyenne Entreprise.

O.C.D.E : Organisation de Coopération et Développement Economique.

O.N.S : Office National Statistique.

O.P.A : Offre Publique d'Achat.

O.P.E : Offre Publique d'Echange.

P.I.B : Produit Intérieur Brut.

PE : Petite Entreprise.

PME : Petite et Moyenne Entreprise.

S.B.A : Small Business Administration.

TPE : Très Petite Entreprise.

Liste des tableaux et figures

N° Tableau	Nom du tableau	Page
Tableau 1:	Typologies des entrepreneurs selon S.Boutillier et C.Fournier	34
Tableau 2:	Répartition des patrons employant plus de 15 personnes selon les branches d'activité	37
Tableau 3:	Répartition des patrons et des indépendants non agricoles (1954)	38
Tableau 4:	Evolution des effectifs des indépendants et employeurs non agricoles (rythme d'évolution annuelle) (1954-1980)	40
Tableau 5:	Evolution du nombre d'employeurs non agricoles entre 1954 et 1980	41
Tableau 6:	L'instruction chez les anciens négociants	44
Tableau 7:	L'origine sociale des anciens négociants (en pourcentage): Emploi du père	44
Tableau 8:	L'origine sociale des anciens commerçants et employés : Emploi du père (en pourcentage)	45
Tableau 9:	Le niveau d'instruction chez les anciens commerçants et employés (en pourcentage)	45
Tableau 10:	Le niveau d'instruction chez les anciens ouvriers (en pourcentage)	46
Tableau 11:	L'origine sociale des anciens ouvriers : Emploi du père (en pourcentage)	47
Tableau 12:	Evolution de la structure des TPE en Algérie (1995-2008) en pourcentage	95
Tableau 13:	Comparaison entre Algérie, Maroc et Tunisie (PIB, croissance, exportations et importations)	99
Tableau 14:	Evolution du classement de Doing Business pour l'Algérie, Maroc, Tunisie entre 2009 et 2011.	103
Tableau 15:	Tableau des indicateurs de Doing Business 2011 pour l'Algérie, Maroc, Tunisie	104
Tableau 16:	Evolutions des indicateurs de Doing Business 2011 pour l'Algérie, Maroc, Tunisie	104
Tableau 17:	Le classement Doing Business 2011 (par catégorie) de l'Algérie	106
Tableau 18:	Le classement de l'Algérie Doing Business 2011- création d'entreprise (par rapport au Moyen-Orient et Afrique du nord, et les pays de l'OCDE)	108
Tableau 19:	L'âge des entrepreneurs de TPE	123
Tableau 20 :	Le niveau d'instruction des entrepreneurs enquêtés	123
Tableau 21:	La formation professionnelle comme facteur d'identification	124
Tableau 22:	L'expérience professionnelle avant de se lancer en affaire	125
Tableau 23:	Une expérience de moins de 5 années comme employé	126

Tableau 24:	Une expérience de 5ans jusqu'à 9ans	127
Tableau 25 :	Une expérience de 10 ans et plus	128
Tableau 26:	La nature de l'emploi	128
Tableau 27:	La nature de l'employeur	129
Tableau 28:	L'activité des parents des entrepreneurs	130
Tableau 29:	Le milieu familial de l'entrepreneur	131
Tableau 30:	Une création individuelle	133
Tableau 31:	Le financement de la création de l'entreprise	134
Tableau 32:	Des entrepreneurs qui ont eu des problèmes de financement (10 entrepreneurs)	135
Tableau 33:	Des entrepreneurs qui n'ont pas eu de problème de financement (15 entrepreneurs)	136
Tableau 34:	La nature de l'activité de la TPE	138
Tableau 35:	Le nombre des employés de la TPE	139
Tableau 36:	L'âge de la TPE	140
Tableau 37:	La rentabilité des TPE	141
Tableau 38:	La satisfaction financière chez l'entrepreneur	142
Tableau 39:	Le sentiment de réussite chez l'entrepreneur	142
Tableau 40:	La remise en question de l'acte entrepreneurial	143
Tableau 41:	Les ambitions des entrepreneurs de TPE	143
Tableau 41:	La différence de la vision selon le niveau d'instruction	150

N° Figure	Nom de la figure	
Figure 1:	La CSIP de l'entrepreneur d'après C.Bruyat	21
Figure 2:	Les dimensions de l'entrepreneuriat	118

Table des matières

TABLE DES MATIERES

Introduction générale	01
Chapitre 1 : L'Entrepreneur, généralités et perspectives historiques	08
Introduction	09
Section I : l'entrepreneur à travers l'histoire	10
I.1. L'entrée de l'entrepreneur dans la théorie économique	10
I.2. L'entrepreneur un acteur identifiable mais secondaire	11
I.2.1. Dans la le cas de l'analyse classique	11
I.2.2. L'entrepreneur comme variable mathématique secondaire	12
I.2.3. L'entrepreneur intermédiaire, et organisateur	12
I.2.4. L'entrepreneur et la prise de risque	13
I.3. L'entrepreneur assimilé à l'entreprise	14
I.3.1 La transformation de l'environnement économique	14
I.3.2 La mise à l'écart de l'entrepreneur	15
I.3.3 L'entrepreneur obsolète pour J.K Galbraith	16
I.4. L'entrepreneur à nouveau sous les projecteurs	16
I.4.1. Un entrepreneur qui existe encore	16
I.4.2. Les travaux des néo-schumpeteriens	18
I.4.3. L'entrepreneur : opportuniste et chanceux	18
I.5. L'entrepreneur et la recherche contemporaine	19
I.5.1. Un acteur économique important	19
I.5.2. L'entrepreneur à la recherche d'un but	20
a). La modélisation de C.Bruyat	20
b). L'importance du risque pour l'entrepreneur selon M.Marchesnay et P.-A.Julien	22
I.5.3. Les travaux de D.Audretsch	23
Section II: Les différentes typologies multidisciplinaires	25
II.1. Le principe d'une typologie de l'entrepreneur	25
II.2. Les typologies statiques	26
II.3. Les typologies dynamiques	28
II.4. Synthèse des typologies : à la recherche d'une typologie idéale	32
Section III : L'entrepreneur algérien	35
III.1. L'entrepreneur algérien d'avant l'indépendance à 1990	35
III.1.1. La transformation sociale chez M.Boukhobza	35
a). Avant l'indépendance de l'Algérie en 1962	35
b). Après l'indépendance	39
III.1.2. Les travaux de J.Peneff	43
a). Les anciens-négociants	43
b). Les anciens commerçants et employés	44
c). Les anciens ouvriers	46
III.1.3. L'entrepreneur au service de la confrérie	48
a). L'entrepreneur « Cheikh »	48
b). Un entrepreneur face à l'Etat industriel	49
III.2. L'entrepreneur algérien après les réformes des années 90's	50
III.2.1. L'entrepreneur urbain et rural (A.Bouyacoub, S.Badrani)	50
a). L'entrepreneur rural selon S.Badrani	50
b). L'entrepreneur urbain d'A.Bouyacoub	51
III.2.2. La transformation chez l'entrepreneur rural	52
III.2.3. L'entrepreneur algérien et l'informel	52
III.2.4. Les caractères socioprofessionnels des entrepreneurs hommes et femmes en	53
Algérie	53
a). Les entrepreneurs algériens de sexe masculin	54
b). Les entrepreneurs algériens de sexe féminin	54

III.2.5. Les influences culturelles sur des comportements managériaux d'entrepreneurs algériens	55
III.2.6. Une proposition de synthèse sur les entrepreneurs algériens	56
III.2.7. L'entrepreneur algérien dans le Maghreb	57
a). Une typologie de l'entrepreneur maghrébin	57
b). Une synthèse sur l'entrepreneur algérien	59
Conclusion	
Chapitre 2 : La TPE une composante économique importante	60
Introduction	61
Section I : La TPE une entité complexe	62
I.1. La TPE dans la recherche scientifique	62
I.1.1. Une entité déjà remarqué aux Etats-Unis et au Japon	62
a). La création du MITI	62
b). Le Small Business Act (1953)	62
c). Le célèbre ouvrage « Small is Beautiful »	63
d). Les études de David L. Birch sur leurs contributions à l'emploi	64
I.1.2. Une économie mondiale en mutation	65
I.1.3. Des anciens travaux réactualisés	66
a). Des concepts déjà existants	66
b). Les travaux d'A. Marshall	67
I.1.4. La nouvelle vague de recherche sur la Très Petite Entreprise	68
I.2. La complexité d'une définition de la T.P.E	70
I.3. Les caractéristiques de la TPE	71
I.3.1. La volatilité	72
I.3.2. Une entité bâtit sur la proximité	72
I.3.3. Une stratégie particulière	74
a). Une stratégie de pressentiments	74
b). Une stratégie de survie	75
c). Les clients à la base de la stratégie	75
d). Une stratégie de proximité et de différenciation	75
I.4. Un rôle particulier pour le dirigeant	76
I.5. Les modèles de TPE	77
SECTION II : La TPE-PME en Algérie	79
II.1. La TPE-PME de l'indépendance à 1982	79
II.2. La PME de 1982 à 1988	80
II.3. La PME en Algérie après 1988	81
I.3.1. L'Agence Nationale pour la Promotion de l'Investissement (A.P.S.I)	83
I.3.2. La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)	83
I.3.3. L'Agence Nationale de Soutien pour l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)	84
II.4. La PME en Algérie au 21 ^{ème} siècle	85
II.4.1. Un définition pour la PME	85
II.4.2. Institutions de soutiens et d'appuis pour les PME	85
a). L'action du Ministère de la PME et de l'artisanat	86
b). Le remplacement de l'APSI par l'ANDI	88
c). Les organismes complémentaires pour l'Agence Nationale du Développement de l'investissement	88
d). Fonds de Garantie des Prêts (FGAR)	89
e). Agence Nationale de Gestion des Microcrédits (ANGEM - 2004)	90
f). Les fonds de soutien à mission spécifique	90
II.4.3. Les programmes d'appui à la compétitivité des entreprises	91
a). Programme National pour l'Amélioration de la Compétitivité Industrielle	91
b). Programme d'Appui au Développement des PME (Euro Développement PME)	91
c). Le Programme National de Mise à Niveau de la PME	92

Section III : Une TPE algérienne face à son environnement	94
III.1. Un secteur qui progresse toujours	94
III.1.1. Les TPE composantes majoritaire du tissu économique algérien	94
III.1.2. La dynamique de la création des TPE	96
III.2. La TPE algérienne et l'informel	97
III.3. Création d'entreprise et entreprendre : l'Algérie à la traine par rapport à ses voisins	99
III.3.1. Une Algérie plus riche que ses voisins	99
III.3.2. La croissance un indicateur de différenciation	100
a). L'absence d'une croissance régulière	100
b). Que font nos voisins pour la croissance	101
III.3.3. Un environnement de moins en moins propice pour investir	103
III.3.4. L'Algérie : un pays en retard dans la création de l'entreprise	107
Conclusion	109
Chapitre 3 : Etude d'un échantillon d'entrepreneur de TPE en Algérie (cas de la Wilaya d'Oran)	110
Introduction	111
Section I : Présentation de l'enquête	112
I.1 L'enquête psychosociale	112
I.1.1. Définition et difficultés de l'enquête psychosociale	112
I.1.2. Les objectifs d'une enquête psychosociale	112
I.1.3. Les méthodes et les risques d'erreur	113
I.1.4. Le biais	113
I.2. Le questionnaire	114
I.2.1. Une méthodologie de recherche entrepreneuriale	114
a). Un modèle entrepreneurial	114
b). La vision entrepreneuriale	115
c). La démarche entrepreneuriale	117
I.2.2. La conception du questionnaire	119
I.3. L'échantillon	120
I.3.1. L'approche méthodologique	120
I.3.2. Présentation de l'échantillon	120
I.4. Lieu et difficulté de l'enquête	121
I.4.1. Lieu de l'enquête	121
I.4.2. Les Difficultés de l'enquête	121
Section II : Les résultats de l'enquête	123
II.1 Le profil général de l'entrepreneur	123
II.1.1. L'âge des entrepreneurs	123
II.1.2. Le niveau d'instruction	123
II.1.3. L'expérience professionnelle avant de se lancer en affaire	125
a). Aucune expérience professionnelle comme employé	125
b). Une expérience de moins de 5 années	126
c). Une expérience de 5 ans jusqu'à 9 ans	127
d). Une expérience de 10 ans et plus	128
e). La synthèse de l'expérience professionnelle	128
II.1.4. L'origine familiale	129
a). L'activité des parents	130
b). Le milieu familial de l'entrepreneur	131
II.2 L'acte entrepreneurial	132
II.2.1. Les motivations de la création	132
II.2.2. La nature de la création de l'entreprise	133
II.2.3. Une création individuelle	133
II.2.4. Les préoccupations avant acte de création de l'entreprise	134
II.2.5. Le financement de la création de l'entreprise	134
a). Des entrepreneurs qui ont eu des problèmes de financement (10 entrepreneurs)	135

b). Des entrepreneurs qui n'ont pas eu de problème de financement (15 entrepreneurs)	135
II.3. L'activité entrepreneuriale et les caractéristiques de la TPE	138
II.3.1. La nature de l'activité de la TPE	139
II.3.2. Le nombre d'employé	140
II.3.3. L'âge de l'entreprise	140
II.3.4. Les problèmes rencontrés par la TPE	141
II.3.5. Des TPE majoritairement rentable	142
II.4 Le sentiment d'accomplissement et la vision entrepreneuriale	142
II.4.1. La satisfaction financière chez l'entrepreneur	142
II.4.2. Le sentiment de réussite	143
II.4.3. La remise en question de l'acte entrepreneurial	143
II.4.4. L'opportunisme chez l'entrepreneur	144
SECTION III : La synthèse des résultats	144
III.1. Un profil de celui qui décide d'entreprendre	144
III.1.1. Un entrepreneur jeune, et de plus en plus instruit	144
III.1.2. Une origine familiale disparate	145
III.1.3. L'expérience professionnelle n'est plus une condition pour devenir entrepreneur	146
III.1.4. Le potentiel entrepreneurial	146
a). Un individu à la recherche d'un travail	146
b). Un entrepreneur qui ne cherche pas à innover	147
c). Un entrepreneur individuel	147
III.2. Les obstacles de la démarche entrepreneuriale	148
III.3. L'activité entrepreneuriale ou présentation de la TPE	148
III.3.1. La nature de l'activité	148
III.3.2. Le recrutement dans la TPE	148
III.3.3. Une TPE pérenne	149
III.4. L'entrepreneur algérien face au modèle de A.Shapero	149
III.4.1. La discontinuité ou le déplacement chez l'entrepreneur algérien	149
III.4.2. La crédibilité de l'acte	149
III.4.3. La faisabilité de l'acte	150
III.5. La vision entrepreneuriale : une vision différente selon le niveau d'instruction	151
Conclusion	
Conclusion générale	152
Bibliographie	158
Annexes	165
Liste des sigles	173
Liste des tableaux et figures	175

UNIVERSITE D'ORAN

MÉMOIRE DE MAGISTER EN SCIENCES COMMERCIALES

OPTION : MANAGEMENT DES ENTREPRISES

Thème : Les Entrepreneurs de TPE dans la Wilaya d'Oran

Présenté par:

M. HENNI Mustapha

Sous la Direction de:

M. BOUYACOUB Ahmed

Résumé:

Entrepreneurs TPE, deux sujets que quelques économistes et sociologues qualifient comme étant du siècle, les qualifiants de l'acteur et la structure qui aideront les économies occidentales qui traversent une crise sans précédent. Vu l'importance de ces deux entités, n'est-il pas primordial d'essayer de les identifier et de les comprendre, et en plus quand est-il de l'entrepreneur algérien. Des questionnements qui sollicitent des réponses, et par l'emploi de la méthode descriptive nous nous sommes permis de présenter la place qu'occupe l'entrepreneur et sa TPE dans la recherche scientifique, suivis de la méthode comparative et analytique, qui étaient toutes les deux nécessaires, pour comprendre la place qu'a occupé l'entrepreneur algérien dans la société algérienne, ainsi que dans la recherche scientifique. Notre travail nous a permis, dans sa partie empirique de produire un profil, pour essayer de répondre à cette interrogation : qui sont ces entrepreneurs de très petite entreprise dans la Wilaya d'Oran ? Un profil construit par la prise en compte des autres profils produits par d'autres chercheurs, et notre étude nous a permis de produire aussi une typologie qui distingue trois genres d'entrepreneurs : l'entrepreneur artisan, l'entrepreneur commerçant, et l'entrepreneur opportuniste.

Mots clés :

Entrepreneur; Entreprise; Typologie statique; Typologie dynamique; Entrepreneuriat; TPE; PME; Entrepreneur algérien; Profil entrepreneurial; Vision entrepreneuriale.