

# Université d'Oran

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

École Doctorale d'Économie et de Management

## Mémoire de Magister en Management

Option : Stratégie

**Thème :**

**L'entrepreneuriat en Algérie**

**Présenté par :**

**M<sup>lle</sup> BERBER Nawel**

**Sous la direction de :**

**M<sup>me</sup> BENMESSAOUD Khadija**

**Membres de jury : Soutenu le 05 Mars 2014**

**Président : M<sup>r</sup>. FEKIH Abdelhamid - Maître de conférences (A) - Université d'Oran.**

**Rapporteur : M<sup>me</sup>. BENMESSAOUD Khadija -Maître de conférences (A) – Université d'Oran.**

**Examineur : M<sup>r</sup>. AMROUN Seddik -Maître de conférences (A) - Université d'Oran.**

**Examineur : M<sup>r</sup>. BENCHIKH El Houari -Maître de conférences (A) - Université d'Oran.**

Année Universitaire 2013 – 2014

## ***Remerciements***

*Je tiens à exprimer ma sincère gratitude à ma directrice de mémoire, Madame Dr. BENMESSAOUD K, d'avoir accepté d'assurer la direction du présent mémoire. Je la remercie infiniment pour son encadrement et ses orientations. Je la remercie, tant pour sa disponibilité, et pour le temps qu'elle m'a consacré, malgré ses préoccupations.*

*Mes remerciements s'adressent aussi aux membres du jury qui ont accepté de juger ce travail.*

*Je voudrai également remercier tous mes enseignants de la faculté des Sciences Economiques, des Sciences de Gestion et des Sciences commerciales, pour tous leurs encouragements.*

*Je tiens également à exprimer mes chaleureux remerciements à mes parents, mon frère, sa femme qui m'ont tous encouragé à mener à bien ce travail.*

***BERBER Nawel.***

## *Dédicaces*

- *A la mémoire de mon très cher frère Zaki,*
- *A mes très chers parents,*
- *A mon cher frère, à mes nièces Aya, Manel et Chahinez,*
- *A toute ma famille,*
- *A tous mes amis (es),*
- *A tous ceux et toutes celles qui me sont cher*

*BERBER Nawel.*

# SOMMAIRE

---

<b>Introduction générale.....</b>	<b>03</b>
<b>Chapitre I : L'entrepreneur : principal acteur de l'entrepreneuriat.....</b>	<b>08</b>
Introduction.....	09
Section I : Aperçu théorique de l'entrepreneur.....	10
Section II : Les motivations de l'entrepreneur à l'égard de l'entrepreneuriat.....	25
Conclusion .....	38
<b>Chapitre II : L'acte fondamental de l'entrepreneuriat : la création d'entreprise...</b>	<b>39</b>
Introduction .....	40
Section I : Concepts de base de l'entrepreneuriat.....	41
Section II : La PME : l'entité fondamentale du phénomène entrepreneurial.....	60
Conclusion.....	69
<b>Chapitre III : Dynamique entrepreneuriale en Algérie.....</b>	<b>70</b>
Introduction.....	71
Section I : La PME en Algérie.....	72
Section II : La PME privée dans la wilaya d'Oran.....	88
Conclusion .....	102
<b>Chapitre IV : L'analyse des résultats de l'enquête portant sur les déterminants de création de la PME privée.....</b>	<b>103</b>
Introduction .....	104
Section I : Méthodologie et organisation de la recherche.....	105
Section II : Analyse des résultats.....	110
Conclusion .....	137
<b>Conclusion générale.....</b>	<b>139</b>
<b>Bibliographie .....</b>	<b>144</b>
<b>Liste des tableaux .....</b>	<b>151</b>
<b>Liste des figures .....</b>	<b>153</b>
<b>Liste des sigles.....</b>	<b>155</b>
<b>Annexes.....</b>	<b>157</b>

# **INTRODUCTION GENERALE**

---

Aujourd'hui, l'entrepreneuriat constitue un phénomène qui attire de plus en plus les chercheurs dans les domaines de l'économie et de la gestion.

L'entrepreneuriat est un phénomène complexe qui au cours du temps a pris plusieurs significations. Plusieurs auteurs et chercheurs dans ce domaine ont essayé d'apporter une définition pour ce concept. Parmi ces auteurs, nous citons Thierry Verstraete qui a défini l'entrepreneuriat comme étant un phénomène combinant un individu et une organisation, l'un se définit par rapport à l'autre et vice versa.

*« L'entrepreneuriat est le processus qui amène les personnes à envisager la propriété d'une entreprise comme une option ou solution de carrière viable, à arriver avec des projets d'entreprise à apprendre à devenir des entrepreneurs, à lancer et à développer une entreprise », [Stevenson<sup>1</sup>].*

Alors que le terme entrepreneuriat s'articule autour d'un personnage et d'une organisation, il commence par une volonté individuelle d'un futur entrepreneur. Cet entrepreneur qui était pour longtemps marginalisé dans la pensée économique. Car pour F.Quesnay, l'entrepreneur fait partie de la classe stérile, ne crée pas de richesse, mais il la fait juste circuler. C'est à partir des travaux de Schumpeter suivis par des chercheurs contemporains que l'entrepreneur trouva sa place dans l'économie.

Cependant, l'entrepreneur est devenu le personnage central du développement économique. Il défie le risque d'incertitude, exploite ses idées pour bénéficier au maximum des opportunités qui se présentent. Sa réussite dépend de sa capacité à créer de nouvelles idées et de les réaliser sous forme de projet d'entreprise.

Doté de caractéristiques particulières, l'entrepreneur est un individu hétérogène, sa capacité dépend de sa personnalité, de ses ambitions, motivations, formations, compétences, profil psychologique et enfin un entourage ou un environnement socioculturel. Il se distingue par sa volonté de création d'entreprise qui est issue de son profil psychologique. Alors ceci représente un atout qui permettra à l'entrepreneur de résister aux changements de l'environnement, il lui permet de se différencier par rapport aux autres *« être entrepreneur n'est pas donné à tous ! »*<sup>2</sup>

La création d'entreprise est devenue aujourd'hui le mot d'ordre en matière de développement. Face aux défis de la mondialisation, l'entrepreneuriat devient un moyen pour

---

<sup>1</sup> VESTREATE.T, « Entrepreneuriat : modélisation du phénomène », revue de l'entrepreneuriat, vol 1, n° 1, 2001

<sup>2</sup> BOUTILLER.S, « l'entrepreneur dans la théorie économique », Problèmes économiques, n°2482, 1996, p4.

les milieux d'assurer leurs capacités d'innovation et leur compétitivité. La capacité des nouvelles entreprises à générer la croissance économique, des emplois et de l'innovation, justifie l'intérêt qu'elles suscitent. Elles sont considérées comme source de richesse, la solution à tous les maux auxquels la société et l'économie sont confrontées et c'est ce qui explique l'intérêt des Etats et des collectivités territoriales à prendre des mesures qui sont destinées à stimuler l'esprit d'entreprise.

L'acte entrepreneurial est une démarche de création visant la satisfaction de besoins spécifiques du porteur de projet ainsi que la recherche d'une meilleure adéquation avec les besoins de son environnement.

En Algérie, l'intérêt pour la PME a été tardif, ce n'est qu'à partir des années 80, et en conséquence de choc pétrolier de 1986 que l'initiative privée a été enfin libérée. L'Etat a commencé à se désengager progressivement de la sphère économique, notamment en matière d'investissement, laissant le champ à l'initiative privée. Ce qui a été concrétisé par la création du ministère de la PME en 1991, la promulgation du code d'investissement en 1993 et la mise en place de différents dispositifs de création d'entreprises (ANDI, 'ex APSI, ANSEJ, ...).

Plusieurs mesures ont été prises et des institutions sont créées afin de soutenir l'initiative individuelle. Comme conséquence, il y a eu une éclosion de petites et moyennes entreprises dans plusieurs wilaya et régions du pays.

La wilaya d'Oran compte parmi les régions qui jouissent d'un pouvoir d'attractivité et de compétitivité grâce à sa position géographique<sup>3</sup> favorable à l'investissement et la disponibilité des infrastructures de base<sup>4</sup> dont l'activité économique a besoin (transport, électricité et gaz<sup>5</sup>, poste et télécommunication). Elle est dotée d'un tissu économique important qui la classe parmi les premières wilayas du pays en termes de nombre d'entreprises privées.

Elle occupe la troisième place au niveau national avec 18 752<sup>6</sup> PME privées pour l'année 2011, soit un taux de 4,69% du nombre total des PME privées enregistrées en Algérie (soit une évolution de 6,04% par rapport à l'année précédente).

---

<sup>3</sup> Ayant une superficie de 2 114 Km<sup>2</sup>, constituée de 26 communes et 09 daïras.

<sup>4</sup> Différents modes de transport : routier, ferroviaire, maritime et aérien, permettant la facilitation des liaisons avec fournisseurs, clients et partenaires qui se localisent dans chaque commune, wilaya et même au niveau international.

<sup>5</sup> Le territoire de la wilaya est quasi totalement électrifié (97% selon la DPAT d'Oran pour l'année 2011).

<sup>6</sup> Bulletin d'information statistique de la PME, n°20, 2011, direction générale de la veille stratégique, des études économiques et des statistiques.



La majorité des entreprises de la wilaya sont créées à partir de 1997 grâce à la mise en place d'un certain nombre de dispositifs en faveur de la création d'entreprises. Elles sont pour la quasi-totalité des petites et moyennes entreprises.

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

Le but de notre réflexion consiste à étudier l'activité entrepreneuriale, en portant une attention particulière sur les différents aspects entourant ce phénomène. Pour mieux expliquer la dynamique entrepreneuriale privées, mieux vaut observer les acteurs eux-mêmes ; pour ce faire, notre étude va porter sur une question centrale suivante : « *Quels sont les déterminants de création de la PME privée pour l'entrepreneur algérien? (cas de la wilaya d'Oran)* ».

Pour pouvoir répondre à notre question centrale, plusieurs autres questions sous-jacentes ont été soulevées, tels que :

Quelles sont les motivations de l'entrepreneur qui est à l'origine de la création de son entreprise ? Quels est son profil ? Quelles sont ses origines sociales et professionnelles ? Quelles sont les caractéristiques de son entreprise ? Quelles sont ses trajectoires sociales et économiques?

A partir de l'objectif de la recherche, nous avons formulé quelques hypothèses sur les déterminants de la création des PME au niveau de la wilaya d'Oran. Nous partons essentiellement des hypothèses suivantes :

**H1** : La disponibilité des moyens de financement qui permet aux entrepreneurs de se lancer en affaire, soit par leur propre moyen ou à l'aide de certains organismes.

**H2** : L'entrepreneur privé, cherche à investir essentiellement dans les secteurs ou il a vécu une expérience antérieure soit :

- Le background entrepreneurial familial favorise le développement de sa motivation ;
- Les études ou la formation professionnelle en général affectent positivement sa décision entrepreneuriale.

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

Afin d'affirmer ou infirmer nos hypothèses, nous nous sommes engagés dans une étude qui tourne autour des d'entrepreneurs de PME privées. Notre étude est réalisée à l'aide d'une enquête par un questionnaire administré auprès d'un échantillon représentatif, qui est composé de 160 PME privées, qui se localisent au niveau de la wilaya d'Oran.

Ce mémoire tente de décrire et d'expliquer la dynamique entrepreneuriale dans la wilaya d'Oran. L'idée centrale de notre recherche est de comprendre les déterminants qui contribuent à la création des petites et moyennes entreprises privées. Pour cela, nous avons divisé notre travail en quatre chapitres en essayant, ainsi, de répondre à nos questions de départ.

Le premier chapitre sera consacré à présenter l'entrepreneur en tant que principal acteur du phénomène d'entrepreneuriat. Ce chapitre sera divisé en deux sections ; la première présentera quelques approches et théories principales de la notion d'entrepreneur, les caractéristiques ainsi que les différentes typologies d'entrepreneurs qui existent. La deuxième présentera quelques théories qui nous permettent de comprendre les raisons pour lesquelles l'individu est motivé pour créer une entreprise.

Dans le deuxième chapitre intitulé 'l'acte fondamental de l'entrepreneuriat : la création d'entreprise', nous allons présenter dans un premier lieu dans la première section des concepts de base de l'entrepreneuriat. La deuxième section sera consacrée à la petite et moyenne entreprise (PME) comme entité fondamentale du phénomène entrepreneurial.

Dans le troisième chapitre nous allons présenter l'évolution de PME privées en Algérie et plus précisément dans la wilaya d'Oran, dans quel cadre elle a évolué, ainsi que les secteurs d'activités et le rôle de la PME dans la création d'emplois et la contribution à la valeur ajoutée et les difficultés qui handicapent ces PME.

L'objet du dernier chapitre s'articule autour de l'enquête que nous mènerons auprès d'un échantillon de PME privée dans la wilaya d'Oran. Les résultats nous permettront de répondre aux préoccupations de notre problématique. Les éléments essentiels de ce chapitre concerneront la présentation de la méthodologie à suivre dans l'accomplissement de l'enquête et l'analyse des résultats obtenus de cette enquête.

**CHAPITRE I :**  
**L'ENTREPRENEUR : PRINCIPAL ACTEUR**  
**DE L'ENTREPRENEURIAT**

---

## INTRODUCTION

La création et le développement des entreprises est le fait des entrepreneurs, c'est-à-dire, de ceux qui mobilisent et gèrent les ressources humaines et matérielles, dans le but de créer, de développer et d'implanter des solutions permettant de répondre aux besoins des individus.

Le mot entrepreneur constitue la racine du terme qui définit la discipline de l'entrepreneuriat, l'intérêt porté à ce domaine est lié au renouveau d'attention pour la petite entreprise dont l'entrepreneur est le personnage principal.

Cet acteur principal qui est l'entrepreneur était le centre des contributions et d'études de plusieurs chercheurs des différents domaines. Ces différentes contributions intègrent parallèlement aux analyses économiques, des dimensions psychologiques, sociologiques et managériales et qui sont les plus répandues dans la recherche menées sur ce thème qui porte sur les déterminants de création des PME. Nous exposons par ce fait des typologies d'entrepreneurs, les plus reconnues et reprises par les chercheurs.

Les auteurs s'accordent, d'une manière générale, pour dire que celui-ci 'l'entrepreneur' est un individu hétérogène, car « *il vient de background différent, manifeste des styles de management et est motivé par des facteurs distincts* »<sup>7</sup>. Plusieurs études démontrent que les fondateurs d'entreprise possèdent certaines caractéristiques particulières.

Dans ce chapitre qui sera consacré à l'entrepreneur, nous allons présenter dans un premier lieu (**section I**) les principales théories traitant cet acteur 'l'entrepreneur', ses caractéristiques, la typologie existante. La deuxième section sera consacré à définir la motivation dans le domaine de l'entrepreneuriat et de présenter quelques théories qui nous permet de comprendre les raisons pour lesquelles l'individu est motivé pour créer une entreprise.

---

<sup>7</sup> DESCHAMPS.B, « Le processus de reprise d'entreprise par les entrepreneurs personnes physique », Thèse de doctorat en Sciences de gestion, France, 2000, p232.

## **SECTION I : APERÇU THÉORIQUE DE L'ENTREPRENEUR**

### **I.1. l'évolution du concept d'entrepreneur**

La compréhension du phénomène de l'entrepreneuriat ne peut se réaliser avec une simple synthèse des définitions élaborées par plusieurs concepteurs. Chaque auteur explique avec une manière différente le concept et la façon dont il approche ce phénomène. C'est pour cette raison qu'il est intéressant d'exposer dans ce qui suit l'évolution de la théorie de l'entrepreneur. Le concept d'entrepreneur a beaucoup évolué dans le temps et dans l'espace.

Il existe plusieurs théories qui sont liées à l'entrepreneur, chaque une d'elles s'appuyant sur un aspect particulier de l'entrepreneur. Nous essayerons d'exposer les plus connues :

#### ***I.1.1. L'entrepreneur dans la pensée classique***

Les économistes classiques ne parlent ni de l'entreprise, ni de l'entrepreneur en tant que tel. Leur analyse est macroéconomique. Ils cherchent à expliquer le mouvement d'ensemble de l'économie, comment la richesse est produite et comment elle circule. Avant les économistes classiques, selon le physiocrate F. Quesnay, l'entrepreneur fait partie de la classe stérile, et ne crée pas de richesses mais il la fait juste circuler.

##### ***I.1.1.1. L'entrepreneur chez Cantillon***

L'entrepreneur fut entré dans la pensée économique par Richard Cantillon<sup>8</sup> (1726). Pour cet auteur, il existe une entreprise pilotée par son créateur, qui ne peut prévoir ni les ventes, ni les prix, pas plus que le mode ou les aléas climatique et leurs conséquences sur le comportement d'achat des clients, bien avant Say et Schumpeter, Cantillon a déjà initié dans la première théorie de l'entreprise : « *l'entreprise est dirigée par un entrepreneur, elle est caractérisée par une incertitude fondamentale et irréductible* »<sup>9</sup>. Cependant Cantillon définit l'entrepreneur par son affrontement au risque, c'est-à-dire qu'il n'y a aucune garantie de ce

---

<sup>8</sup> HERNANDEZ E-M, « l'entrepreneuriat, approche théorique », l'Harmattan, France, 2001, p14

<sup>9</sup> Boutilliers, Uzunidis, « l'entrepreneur, une analyse socio économique », Economica, Paris, 1995, p15

qu'il va recevoir d'après sa décision d'entreprendre « *celui qui assume le risque de l'incertain s'engage fermement envers tiers* »<sup>10</sup>.

### ***1.1.1.2. L'Entrepreneur : individu égoïste***

Cinquante ans après les travaux de Cantillon, l'arrivée d'Adam Smith avec son ouvrage « la recherche sur la nature et les causes de la richesses des nations » (1776)<sup>11</sup>, note l'absence du concept entreprise. Pour lui, il n'ya que des individus égoïstes, il n'ya pas d'entreprise, il n'ya qu'un marché qui relie des individus qui échangent. L'homme emploie ses capitaux seulement dans le but de recevoir un profit. Il emploie toujours son capital dans des activités dont le produit lui permettra de gagner le plus d'argent. L'égoïsme de cet entrepreneur se justifie par le fait que ce dernier ne cherche pas à servir l'intérêt public, mais il ne pense que se donner personnellement une plus grande sureté, et en dirigeant cette industrie de manière que son produit ait le plus de valeur possible.

### ***1.1.1.3. L'entrepreneur organisateur de Say***

J-B. Say (1803) avec Cantillon et Schumpeter, l'un des trois pères fondateurs de la théorie économique de l'entrepreneur. Il définit l'entrepreneur comme l'intermédiaire entre le savant qui produit la connaissance et l'ouvrier qui l'applique à l'industrie, son objectif est d'accroître la production et de maximiser son profit. L'entrepreneur c'est l'agriculteur, le manufacturier ou le commerçant qui "*entreprind de créer pour son compte, à son profit et ses risques, un produit quelconque*".<sup>12</sup>

Il définit avec précision les qualités qui doivent être chez l'entrepreneur. L'ensemble de ces qualités forme le métier de l'entrepreneur :

1/ L'entrepreneur est l'agent principal de la production. Son travail est productif au même titre que celui de l'ouvrier et du savant;

2/ l'entrepreneur doit être doté d'une capacité de jugement, c'est-à-dire qu'il doit juger ses besoins des moyens et de les satisfaire ;

Dans la pensée de Say<sup>13</sup>, l'entrepreneur doit diriger et organiser d'une part, prendre des risques, d'autre part, sont les deux traits les plus caractéristiques de l'activité de

---

<sup>10</sup> Boutiller S, Uzunidis D, « L'entrepreneur : une analyse socio-économique », éditions Economica, Paris, 1995

<sup>11</sup> Ibid, p17

<sup>12</sup> Tounès A, « L'intention entrepreneuriale, théorie et modèles », éd Sanabil Med SA, Paris, 2007

<sup>13</sup> Tounès A, « l'entrepreneur : l'odyssée d'un concept », n° 03-73, P.6

l'entrepreneur. Le bien être d'un pays dépend de sa population active et du dynamisme de ses entrepreneurs.

### ***1.1.2. L'approche managériale de l'entrepreneur :***

#### ***1.1.2.1. Entrepreneur-ingénieur***

La période de l'industrialisation était caractérisée par la concentration des usines et la division du travail qui permet la réalisation d'une production en série volumineuse, en vue de réaliser une économie d'échelle. Cette période vue la naissance de l'organisation scientifique du travail fondée par Taylor appuyée sur des notions de division en tâches élémentaires et de spécialisation de la main d'œuvre.

Les entrepreneurs de cette époque étaient des ingénieurs, ont été formés dans leur majorité dans les grandes écoles techniques, ils n'avaient eu ni des cours d'administration, ni de commerce, ni de finance, ils avaient très peu de cours de comptabilité. Ils avaient une formation purement technique basée essentiellement sur des mathématiques. C'est pour ces raisons que Fayol<sup>14</sup> a proposé d'introduire les cours d'administration dans les programmes des écoles, selon lui la pratique des affaires n'est pas suffisante pour former la capacité administrative. Cependant, la formation des entrepreneurs joue un rôle très important dans leur réussite.

Les entrepreneurs cherchaient une rationalité et une efficacité purement productive comme c'est dans le cas chez Taylor ou bien une efficacité administrative chez Fayol<sup>15</sup>.

#### ***1.1.2.2. L'entrepreneur : une personne autoritaire***

Pour Fayol, l'autorité est le droit de commander et le pouvoir de se faire obéir. La notion du cadre qui dirige<sup>16</sup> son organisation où il accorde une importance primordiale au rendement et un caractère accessoire à la satisfaction du personnel.

La notion d'autorité telle que décrite par Fayol représente bien la mentalité de l'époque, c'est-à-dire le caractère non contestable de l'autorité, l'existence d'un pouvoir très centralisé ne favorise pas la pleine participation des employés.

---

<sup>14</sup> Scheid. J-C, « Les grands auteurs en organisation », édition Dunod, Paris, 2ème édition, 2005, p76.

<sup>15</sup> Fayol a identifié les cinq piliers de l'administration P.O.C.C.C (Prévoir-Organiser-Commander-Coordonner-Contrôler)

<sup>16</sup> Pensons notamment à Mintzberg (1986) qui décrit les rôles du cadre supérieur et aux organisations de type autocratique

*I.1.2.3. Entrepreneur- manager*

La nouvelle organisation industrielle a permis un transfert et une reconfiguration de la responsabilité et de la fonction de direction qui étaient alors la propriété d'un seul individu. "Cette forme est en train d'être supplantée par d'autres où l'autorité suprême est répartie entre plusieurs associées ou même entre un grand nombre d'actionnaires »<sup>17</sup>.

L'essor de l'industrialisation, la complexité des affaires font apparaître des **manager non propriétaire**, professionnels de management. L'apparition de la dimension managériale pose le problème de définition de l'entrepreneur se trouve avec la dissociation entre l'exercice du pouvoir de décision dans l'entreprise et la détention de la propriété.

Dans ce contexte la, on ne peut passer sans citer la théorie de l'entreprise managériale de Berle et Means, a travers leur ouvrage publié en 1932 consacré à la propriété privée, Adolf Berle et Gardiner Means ont considérés que le développement de la société par action génère la séparation de la propriété et la gestion. Le pouvoir décisionnel passe des actionnaires propriétaires de l'entreprise, à des managers en charge de sa gestion.

Sur le même chemin, nous trouvons la théorie de l'agence fondée par M. Jensen et W. Meckling (1976), cette théorie est appréhendée comme un contrat commercial. Elle est illustrée par la relation d'agence<sup>18</sup> entre propriétaire du capital et le dirigeant de l'entreprise, le manager.

Les dirigeants déterminent la stratégie et la font avaliser par les propriétaires. Ils la mettent en œuvre, déterminent et cherchent les ressources en capital et en travail nécessaire pour atteindre les objectifs. Ils font le choix d'une structure et organisent l'activité.

Les propriétaires ont des droits (actions/ part sociale) dont ils cherchent à en tirer un revenu et à accroître la valeur. Les propriétaires font des choix peu risqués visant l'accroissement des résultats de l'entreprise à court terme.

*I.1.3. L'entrepreneur : agent central de l'activité économique*

Plusieurs auteurs comme J. Schumpeter, F. Knight, Kirzner et d'autres, s'engagent sur une nouvelle voie, celle de la réaffirmation du rôle de l'entrepreneur en tant que personnage clé de l'activité économique<sup>19</sup>.

---

<sup>17</sup> Ibid, Tounès A, « l'entrepreneur : l'odyssée d'un concept », p8.

<sup>18</sup> La relation d'agence est un contrat par lequel une ou plusieurs personnes engagent un agent pour exécuter en son nom une tâche quelconque qui implique une délégation d'un certain pouvoir de décision à l'agent.

<sup>19</sup> Henni. M, « Les entrepreneurs de TPE dans la wilaya d'Oran », magister en management des entreprises, université d'Oran, 2011-2012, p16.



### *I.1.3.1 L'entrepreneur Schumpetérien*

Après avoir été escompté dans la théorie managériale où l'entrepreneur était remplacé par le couple 'actionnaire-manager' ; Le concept a connu une renaissance grâce à Schumpeter. Considéré comme le père du champ de l'entrepreneuriat, Schumpeter trouve que l'entrepreneur est le personnage clé de l'activité économique.

L'entrepreneur est un agent économique à part entière, sa fonction consiste à innover et mettre en place de nouvelles combinaisons de facteurs de la production. D'après lui, l'entrepreneur est le moteur du progrès technique.

« Un entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée en une innovation réussie »<sup>20</sup> selon J. Schumpeter, seuls les individus capables d'innover méritent l'appellation d'« entrepreneurs», ils sont doués d'imagination et font preuve d'initiative et de volonté. Ils assurent le passage entre le monde scientifique de la découverte et des inventions, et le monde économique des innovations.

J. Schumpeter voit l'entrepreneur comme celui qui joue un rôle dynamique et révolutionnaire dans le développement du capitalisme, ce rôle qui consiste à réformer ou à révolutionner la routine de production en exploitant une invention ou, plus généralement, une possibilité technique inédite, car il perçoit l'entrepreneur comme celui qui consacre son énergie et risque son argent pour produire et vendre autre chose autrement, comparé à ce que font les entreprises en place<sup>21</sup> « la concurrence destructrice ».

### *I.1.3.2. Le risque et l'incertitude : KNIGHT*

KNIGHT (1921)<sup>22</sup> relie la fonction entrepreneuriale et la prise de risque, de fait que l'entrepreneur prend des décisions dans un contexte de grande incertitude non probabilisable. Cette dernière signifie qu'un agent économique ne peut, à partir de l'expérience passée, effectuer des probabilités des événements futurs. Il est alors impossible d'appliquer les méthodes probabilistes pour orienter la prise de décision.

Selon KNIGHT, les entrepreneurs sont des individus ayant le plus haut niveau de prévisions, leur permettant de prendre des décisions de production et ont une confiance en leurs propres jugements.

---

<sup>20</sup> Hernandez (2001), « l'entrepreneuriat, approche théorique », p74

<sup>21</sup> Ibid., Henni. M, p18.

<sup>22</sup> Capron H, « Entrepreneuriat et création d'entreprises : Facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise », de Boeck, Bruxelles, 2009, p18

***I.1.3.3. La théorie de l'efficience X de LEIBENSTEIN***

Selon Leibenstein (1968)<sup>23</sup>, deux entreprises identiques qui utilisent les mêmes facteurs de production n'aboutissent pas aux mêmes résultats, d'une inspiration 'néo schumpetérienne' cet auteur cherche à séparer la routine de l'innovation. A partir de la, il distingue deux aspects dans l'activité d'entreprise : ce qui est de la routine, qui regarde le management et ce qui est exceptionnel et qui est la véritable fonction de l'entrepreneur.

La théorie d'efficience X s'intéresse au degré d'inefficience dans l'utilisation des ressources au sein de la firme. Elle représente la mesure dans laquelle la firme ne parvient pas à atteindre son potentiel productif, soit parce que les ressources sont employées de manière inappropriée, soit parce qu'elles sont gaspillées.

Leibenstein considère la fonction d'entrepreneur comme une réponse créative à l'inefficience X, il note que l'entrepreneur est le moteur de la croissance.

***I.1.3.4. La vigilance de l'entrepreneur : KIRZNER***

Pour KIRZNER (1973)<sup>24</sup>, l'entrepreneur doit être vigilant pour détecter puis exploiter les opportunités qui peuvent se présenter. L'entrepreneur se présente comme l'agent économique qui exploite l'information.

Cette vigilance entrepreneuriale, peut être définie « *comme une sorte de capacité particulière des entrepreneurs à acquérir l'information de façon spontanée. Cette capacité se manifeste par la faculté de percevoir les opportunités offertes par le marché* »<sup>25</sup>. Grâce à cette qualité, l'entrepreneur sait comment combiner les facteurs de production et comment trouver les personnes ayant les informations dont il a besoin pour trouver des sources de profit.

***I.1.4. L'entrepreneur dans la pensée contemporaine***

Les auteurs contemporains ont beaucoup de difficultés pour définir avec précision l'entrepreneur en tant qu'agent économique. Ils étudient le comportement et les caractéristiques de l'entrepreneur pour étudier son apport particulier dans le fonctionnement de l'économie.

---

<sup>23</sup> Tounes.A, « L'entrepreneur, l'odyssée d'un concept », n°03-73, p11.

<sup>24</sup> Tounes. A, « L'intention entrepreneurial », thèse de doctorat en Sciences de gestion, France, 2003, p79

<sup>25</sup> Boutillier. S, Uzunidis. D, « l'entrepreneur, une analyse socio économique », Economica, Paris, 1995

*I.1.4.1. L'entrepreneur chez DRUCKER :*

Au même titre que Schumpeter, selon Drucker (1980), l'entrepreneur est celui qui innove. Selon lui, les principes de management pratiqué jusqu'en 1970 par les entreprises tels que : l'organisation scientifique du travail surtout manuel, la décentralisation, la planification à long terme...etc., sont devenus insuffisants parce que beaucoup d'organisations ont constaté que la spécialisation avait des limites et parce que des besoins nouveaux sont apparus : besoins d'innovation, changement social, nécessité d'organiser efficacement le travail...

Pour Drucker, l'innovation peut se faire même par rapport au style du management, « *le management constitue lui-même une innovation : le management, ce « savoir utile » qui permet pour la première fois à l'homme de faire travailler de façon productive des personnes de qualifications et de discipline très différentes au sein d'une organisation, est une innovation de ce siècle* »<sup>26</sup>. Alors Drucker insiste sur l'innovation et le considère comme un élément essentiel dans la fonction entrepreneuriale.

*I.1.4.2. L'entrepreneur : leadership*

L'entrepreneur est un leader, la force motrice à l'origine de la dynamique économique<sup>27</sup>. Il a une vision de l'avenir basée à la fois sur des éléments rationnels, une expérience et des intuitions.

A partir des années 1980 et suivant les travaux de K. LEWIN<sup>28</sup>, W. BENNIS a réalisé de nombreuses investigations sur le leadership dans les organisations et il a pu tirer ces principaux résultats<sup>29</sup> :

- Le leader a une capacité de vision, c'est-à-dire se projeter dans le futur en tenant compte des contraintes et des opportunités du présent ;
- Capable de gérer des communications permettant de partager au plus grand nombre de personnes les valeurs de l'organisation et les objectifs à atteindre ;
- La confiance définit comme étant la capacité à susciter un sentiment de sécurité chez les autres ;
- La capacité de se gérer par soi-même, en connaissant ses qualités et défauts

---

<sup>26</sup> Drucker. P, « Les entrepreneurs », édition Lattés, 1985, p58

<sup>27</sup> Balland S, Bouvier A-M, « Management des entreprises », édition DUNOD, p9

<sup>28</sup> Kurt Lewin (1939), définit trois types de leadership : **Le leadership autoritaire** : direction du groupe par des ordres ; **Le leadership par laisser-faire** : direction du groupe sans implication émotionnelle ; **Le leadership démocratique** : direction du groupe avec prise en compte de ses remarques et de ses suggestions

<sup>29</sup>Plane J-M « Management des organisations, théories, concepts, cas », édition Dunod, Paris, 2003, P83

Sa personnalité est orientée vers une capacité à relever des défis, à gérer des contradictions et aussi prendre des risques

#### *1.1.4.3. L'entrepreneur et la théorie de comportement*

La réussite de l'entrepreneur n'est pas uniquement rattachée à ses qualités personnelles. Mais elle implique la famille qui lui a donné naissance et la société dans laquelle il puise sa culture. L'initiative individuelle n'est rien sans un contexte social, culturel, économique et politique propice.

M. WEBER<sup>30</sup> est le premier auteur auquel nous pouvons rattacher l'approche comportementale dans le champ de l'entrepreneuriat. Cependant, selon plusieurs auteurs, celle-ci a été confirmée par la psychologie présente dans les travaux de Mc CLELLAND) dans le début de la décennie 1960.

McClelland (1960) est l'un des premiers à s'intéresser aux liens qui existent entre l'action des individus (les entrepreneurs) et leur environnement (les valeurs, les croyances et les motivations). Le fondement de son analyse est que le développement économique s'explique par l'esprit d'entreprise, qui lui trouve ses sources dans le besoin d'accomplissement. Les variables environnementales caractérisant les individus sont donc devenues des réels objets d'analyse. (Les principales théories comportementales seront citées dans la section qui suit).

## **I.2. Définition de l'entrepreneur**

L'entrepreneur représente l'essence ou le cœur de l'entrepreneuriat. Il innove en fonction des opportunités qui se présentent, mais aussi organise les ressources pour produire et commercialiser, tout en cherchant son intérêt.

L'entrepreneur est celui qui dirige l'entreprise qu'il a créée, qui possède des qualités particulières, qui met en œuvre de nouvelles méthodes.

Au sens économique, l'entrepreneur est celui qui combine des ressources, de la main-d'œuvre, des matières premières et d'autres actifs pour leur donner une valeur plus grande qu'auparavant, ou encore celui qui introduit des changements, des innovations et un ordre nouveau. Pour récapituler les principales écoles de pensée en entrepreneuriat, nous avons basé

---

<sup>30</sup> Tounes, A, « L'intention entrepreneuriale », Thèse pour le doctorat en Sciences de Gestion, 2003 Université de Rouen.

sur les travaux de Cunningham et Lischeron (1991) qui ont abordé d'une façon complète le champ ;

*L'école des caractéristiques psychologiques* met l'accent sur les facteurs personnels et les valeurs uniques des entrepreneurs. **A. Fayolle (2005)** résume cette école de pensée en indiquant que l'entrepreneur a des caractéristiques psychologiques uniques (valeurs, attitudes, besoins) qui le guident dans le processus entrepreneurial. Parmi celle-ci, nous notons principalement le besoin de réalisation, d'indépendance, le contrôle interne, la prise de risques, en même temps que des valeurs d'honnêteté, de sens du devoir, de responsabilité et d'éthique. **T. Verstraete** ajoute l'imagination, la confiance en soi, l'enthousiasme, le goût par la direction et la résolution de problèmes.

*L'école classique* s'intéresse particulièrement à la création d'une nouvelle organisation, à l'innovation et à l'identification des opportunités. Elle note que la fonction essentielle de l'entrepreneur est l'innovation et l'introduction de nouvelles combinaisons des moyens de production.

*L'école du management* : Les entrepreneurs sont des organisateurs de processus de création de richesses économiques. Ce sont des personnes qui organisent, qui gèrent et qui assument le risque. Bruyat (1994) dit que l'entrepreneur est quelqu'un qui perçoit des opportunités et qui crée une organisation pour l'exploiter.

*L'école du leadership* : L'entrepreneur est un leader qui sait animer des équipes et conduit les hommes vers l'atteinte des buts et objectifs assignés. Il a une capacité à adapter son style aux besoins des gens. L'entrepreneur joue un rôle dans la motivation, la direction et la conduite de son personnel.

Les résultats de la recherche montrent que l'entrepreneur apparaît, comme un individu doté de caractéristiques psychologiques uniques, ayant même une capacité intuitive à entreprendre. Il apparaît à d'autres plutôt comme un manager capable d'innover, d'organiser et d'agir et disposant d'une capacité de leadership.

A d'autres encore, il apparaît comme preneur de risque, détecteur d'opportunités, capable d'évoluer dans des situations et des contextes différents liés à des entreprises existantes ou en voie de création.

### **I.3. Les caractéristiques de l'entrepreneur**

Il existe chez l'entrepreneur quelque chose qui le distingue du reste de la population. Nous allons essayer de présenter les principales caractéristiques d'un entrepreneur en se référant à la synthèse réalisée par certains auteurs.

#### ***I.3.1. L'entrepreneur comme initiateur :***

L'entrepreneur est l'acteur du processus entrepreneurial, plusieurs auteurs comme **(Sophie Boutillier, D. Uzunidis, 1995)** ont étudié les caractéristiques de ce dernier.

Les premières recherches dans le domaine d'entrepreneuriat ont porté sur l'entrepreneur comme initiateur, acteur du processus, ayant une intention et une volonté pour s'introduire dans le domaine des affaires. Ces études portaient sur les caractéristiques psychologiques « l'approche par traits » et le modèle de Shapero (1975).

#### ***I.3.2. Un besoin d'accomplissement :***

Citons les travaux de McClelland (1961,1965) qui étaient basés sur le critère du besoin d'accomplissement<sup>31</sup>, pour lui ce dernier est l'un des éléments indissociables des caractéristiques de l'entrepreneur.

L'entrepreneur préfère être le responsable des solutions de ses problèmes, au lieu de subir des commandes (être un simple salarié), d'établir ses propres objectifs et les faire réaliser par soi même (contrôler). « ***Etre son propre patron*** ».

#### ***I.3.3. Entrepreneur innovateur :***

J. SCHUMPETER (1935)<sup>32</sup> souligne que les individus capables d'innover méritent seuls l'appellation d'"entrepreneur" ; ils sont doués d'imagination et font preuve d'initiative et

---

<sup>31</sup> En ce référant à la pyramide de Maslow, le besoin d'accomplissement est dans le 5<sup>ème</sup> niveau (le sommet de la pyramide), c'est-à-dire que l'individu après la satisfaction de ses besoins primaires, de sécurité...etc. il a besoin de réaliser de soi.

<sup>32</sup> Hernandez E-M, « l'entrepreneuriat, approche théorique », l'Harmattan, France, 2001, p64

de volonté. Ils assurent le passage entre le monde scientifique de la découverte et des inventions, et le monde économique des innovations.

C'est-à-dire que l'entrepreneur profite des connaissances des savants (inventions) pour créer des produits utiles (en innovant).

#### *1.3.4. Un preneur de risque*

Créer une entreprise ou commercialiser une innovation présente un risque supérieur. Plusieurs études ont montré que, le plus souvent, le jeune entrepreneur connaît mal ses coûts et les potentialités du marché. Les spécialistes s'accordent pour considérer la prise de risques comme étant une caractéristique qui différencie les entrepreneurs des autres individus<sup>33</sup>.

Lors de création de son entreprise, l'entrepreneur va assumer des risques de différentes natures :

**Risque financier** : engager des fonds et rembourser des dettes ;

**Risque professionnel** : quitter un emploi pour créer une entreprise, de s'engager dans l'inconnu.

**Risque d'ordre familial** : créer une entreprise c'est consacrer plus de temps à son travail et moins à sa famille, au cas d'échec, apparition des difficultés familiales.

L'entrepreneur supporte les risques liés aux contraintes du marché et aux fluctuations des prix. Il effectue des achats à des prix certains pour fournir tous les facteurs nécessaires à sa production. Ses ventes et ses recettes sont par contre aléatoires. Son revenu, le profit, est incertain (Tounès, 2007).

Face à toutes ces difficultés, le créateur est un individu qui cherche à minimiser ses risques.

Alors les entrepreneurs sont considérés comme « risk takers », selon cette perception le risque est expliqué en raison de trois points :

1. Une caractéristique personnelle de l'individu ; parce qu'ils se croient capables de diriger et d'influencer les autres, et en même temps le besoin d'une certaine autonomie.

---

<sup>33</sup> Cachon J-C, « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi ? », P 22.

2. Par l'influence du milieu familiale et professionnelle : selon Weber, l'entrepreneur est un aventurier, un sentiment découlé des conditions familiales et d'expérience professionnel.
  
3. Le vécu par l'individu : plusieurs auteurs (McClelland, Collins, Moore) considèrent les entrepreneurs des insatisfaits, c'est-à-dire des individus qui acceptent de prendre le risque à cause d'un besoin matériel (insatisfaction du matériel) ou bien d'un besoin d'accomplissement (insatisfaction liée à un état psychologique (pyramide de Maslow)).

Plusieurs chercheurs ont essayé d'identifier les caractéristiques qui différencient les entrepreneurs des autres individus. Ils ont cherché à déterminer d'une manière exhaustive les caractéristiques du modèle type d'entrepreneur.

**Figure<sup>34</sup> n°1 : Caractéristiques le plus souvent attribuées aux entrepreneurs par les spécialistes en comportement**

Innovateurs	Besoin de réalisation
Leaders	Internalité
Preneurs de risques modérés	Confiance en soi
Indépendants	Implication à long terme
Créateurs	Tolérance à l'ambiguïté et à l'incertitude
Energétique	Initiative
Persévérants	Apprentissage
Originaux	Utilisation des ressources
Optimistes	Sensibilité envers les autres
Orientés vers les résultats	Agressivité
Flexibles	Tendance à faire confiance
Débrouillards	Argent comme mesure de performance

#### **I.4. Typologie d'entrepreneur**

A base des caractéristiques psychologiques, sociologiques et managériales de l'entrepreneur, les chercheurs ont donné une certaine classification.

Une première typologie donnée par J. Schumpeter, l'entrepreneur « innovateur » et « imitateur ».

<sup>34</sup> Wtterwulghé R, « la PME : une entreprise humaine », Boeck Université, 1998, p132



## Chapitre I : L'entrepreneur : principal acteur de l'entrepreneuriat

Une deuxième fondée sur le niveau d'éducation selon Lorrain et Dussault (1988), « *l'entrepreneur artisan* » : caractérisé par une compétence technique et un faible niveau de formation, caractérisé par une forte volonté d'autonomie et d'indépendance, une forte liaison au milieu familiale.

Et « *l'entrepreneur opportuniste* » est mieux formé, ayant un niveau de formation élevé et des expériences dans le domaine de gestion.

P.A. JULIEN (1994) distingue quatre principaux types de chefs d'entreprise :

- ✓ « *L'entrepreneur* » : qui réunit les qualités d'innovateur, de preneur de risque et organisateur ;
- ✓ « *L'innovateur* » : vise pour la nouveauté des produits/services peu caractérisé par le risque ;
- ✓ « *l'entrepreneur technicien* » : gestionnaire recherchant une performance moyenne et stable ;
- ✓ « *le manager et le professionnel* » : guidé par le souci de performance de son organisation.

Le profil du dirigeant évolue, « l'innovateur » se transforme en « manager » dans le souci d'une meilleure performance. Mais S. BOUTILLIER (1996)<sup>35</sup> distingue les deux profils « entrepreneur » et « manager » ;

- Entrepreneur : propriétaire, organisateur, gestionnaire de l'entreprise et crée des emplois et des richesses ;
- Manager : salarié, gestionnaire, organisateur, ne supporte pas des risques

Pour Marchesnay (1996)<sup>36</sup> a distingué deux types d'entrepreneurs en se basant sur les trois inspirations suivantes :

- ✓ ***La pérennité de son entreprise*** : c'est-à-dire le souci de durée, notamment dans l'espoir de la transmettre à un repreneur ou à un membre de la famille ou de l'entreprise.

---

<sup>35</sup> Boutiller. S, « l'entrepreneur dans la théorie économique », Problèmes économiques, n°2482, 1996

<sup>36</sup> Marchesnay. M, Julien. P-A, « l'entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996, p58-59

- ✓ **L'indépendance** : chaque entrepreneur souhaite être indépendant en termes de propriété de capital, ou autonome en termes de prise de décision. Se sont les deux formes distinctes de la volonté d'indépendance.
- ✓ **La croissance** : c'est la volonté de puissance et le désir de pouvoir.

Les deux types étaient qualifiés par **PIC** (Pérennité, Indépendance, Croissance), et **CAP** (Croissance, Autonomie, Pérennité)

Pour le **PIC**, ayant comme priorité la pérennité de son activité, il cherche l'indépendance en refusant des associés, c'est-à-dire des emprunts extérieurs à long terme. En cherchant vers la fin la croissance de son activité sans qu'elle mette en risque sa pérennité et son indépendance patrimoniale.

Le **PIC** est appliqué beaucoup plus par les entreprises familiales.

En priorité, l'entrepreneur **CAP** vise la croissance forte (la rentabilité à court terme) ou un degré de risque est présent, il cherche l'autonomie de décision, peu intéressé par l'indépendance du capital (il fait appel à des capitaux externes, peut externaliser et sous traiter ses activités et fonctions). Faiblement intéressé par la pérennité de son activité (peut facilement changer d'activité).

Sur le même chemin E.-M. HERNANDEZ (1999)<sup>37</sup> distingue quatre catégories principales de créateurs : sur la base des critères "*Croissance-Autonomie*"

- ✓ "*Le Manager*" : a un comportement proche de celui d'un cadre de grande entreprise. Instruit, il crée son entreprise avec une volonté de pouvoir. Il peut devenir "*entrepreneur*" ;
- ✓ "*l'Entrepreneur*" : recherche la croissance, mais il vise une croissance plus maîtrisée financièrement, il est moins instruit, il délègue moins que le "*Manager*".
- ✓ "*l'Artisan-TPE*" : l'artisan et le Très Petit Entrepreneur ont moins de dix salariés. Il maîtrise un métier. Déléguant peu dans un esprit paternaliste. Il recherche l'indépendance. L'"*Artisan-TPE*" peut évoluer vers la catégorie des "*Entrepreneur* ».

---

<sup>37</sup> Hernandez. E-M, « le processus entrepreneurial, vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », l'Harmattan, Paris, 1999, p (81-85).

- ✓ *"l'Exclu"* : proche du *"Manager"*, il est chômeur et veut créer son propre emploi en créant son entreprise. Cette dernière connaît une structure informelle. L'*"Exclu"* provenant du milieu des ouvriers peut rejoindre *"l'Artisan-TPE"*. Celui qui occupait un emploi de cadre peut devenir *"Manager"*. Pour l'*"Exclu"* qui considère la création d'entreprise comme *"une véritable confiance"*, il rejoindra la catégorie des *"Entrepreneurs"*.

S. BOUTILLIER et D. UZUNIDIS (1995)<sup>38</sup> décrivent *"l'entrepreneur routinier"* et *"l'entrepreneur révolutionnaire"*. Le premier fait « gagner sa vie », il opte pour la survie de son entreprise, il est rarement diplômé, il maîtrise un métier acquis par l'apprentissage chez un patron ou dans l'entreprise familiale. Son activité est beaucoup plus traditionnelle, il vise la pérennité de son entreprise, effrayé par l'innovation (continue le travail de son père et même son grand père), indépendant dans son capital et décisions.

Tandis que, l'entrepreneur révolutionnaire se caractérise par la nouveauté et le changement. Diplômé et qualifié, son capital connaissance est élevé par contre le financier est moins. Il cherche constamment à offrir aux marchés des produits ou services nouveaux, mieux informé sur la technologie ou/et même sur les aides institutionnelles existante.

H.H. STEVENSON (1998) met l'accent sur deux types d'entrepreneurs<sup>39</sup> :

- ✓ *"le promoteur"* se caractérise par une forte confiance en soi, à l'écoute de son environnement, il dispose (*management entrepreneurial*). Fort de son intelligence, son énergie et son expérience, il est enclin à réagir vite. Créatif et innovateur, il accepte un risque plus important dans la mesure où il essaie de maximiser la création de valeur avec le moins de ressources possibles ;
- ✓ *"le gestionnaire"* caractérisé par le contrôle et l'utilisation efficace des ressources disponibles (*management administratif*), met plus de temps à se décider et engage plus de ressources. Il délègue du pouvoir et des responsabilités.

---

<sup>38</sup> Boutillier.S, Uzunidis.D, « l'entrepreneur, une analyse socio économique », Economica, Paris, 1995, p (86-88)

<sup>39</sup> Tounès. A (2003), « L'intention entrepreneuriale », Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, p92

## **SECTION II : LES MOTIVATIONS DE L'ENTREPRENEUR A L'EGARD DE L'ENTREPRENEURIAT**

### **II.1. Comprendre l'acte entrepreneurial**

Plusieurs théories ont été élaborées pour expliquer les raisons de l'esprit d'entreprendre, nous présentons dans cette partie celles qui nous semblent plus pertinentes : l'approche fondée sur l'étude des caractéristiques et les besoins des entrepreneurs et les théories behavioristes menant à des recherches plus opérationnelles.

#### **II.1.1. Les approches par les caractéristiques et les besoins des entrepreneurs :**

L'approche par les traits de la personnalité repose sur l'hypothèse que certains traits psychologique prédisposent les entrepreneurs à ses activités entrepreneuriales et que ces traits et caractéristiques les différencient des non entrepreneurs (Hernandez, 2001).

L'entrepreneur est vu comme un acteur essentiel dans l'acte entrepreneurial qu'il faut découvrir ses motivations, ses caractéristiques psychologiques et ses traits de personnalité, ses caractéristiques socio - démographiques, ...etc. qui lui incite à entreprendre.

En effet, certaines études réalisées dans le cadre de ces approches n'ont pas réussi à générer une liste complète des caractéristiques entrepreneuriales. Autrement dit, certains chercheurs ont rencontré des difficultés à classer les entrepreneurs selon leurs traits de personnalité. Par ailleurs, Gartner (1988)<sup>40</sup> a montré l'impossibilité de définir les caractéristiques permettant de distinguer les entrepreneurs dans une population.

Les limites de l'approche par les traits ont conduit à des recherches sur les besoins auxquels les individus veulent répondre lorsqu'ils s'engagent dans une démarche entrepreneuriale.

Les théories psychosociologiques de l'entrepreneur prennent leur base du besoin d'accomplissement de McClelland. Pour cet auteur, il existe des facteurs endogènes tels que les valeurs humaines et les motivations qui poussent les individus à exploiter les opportunités économiques, et d'autres facteurs exogènes (opportunités économiques, climat social).

---

<sup>40</sup> Hernandez. E-M, « l'entrepreneuriat, approche théorique », l'Harmattan, France, 2001, p89.

Le besoin d'accomplissement selon McClelland apparaît comme le premier des motivations, et se définit par le désir de mieux faire, non pas pour le prestige, la reconnaissance sociale ou l'argent, mais pour répondre à un besoin de réalisation personnelle.

### **II.1.2. Les approches comportementales de l'entrepreneur :**

L'approche comportementale considère la création d'une organisation comme un événement contextuel, le résultat d'influences multiples. L'entrepreneur est un élément d'un processus complexe de la création d'une nouvelle entité. L'organisation est conçue en tant que premier niveau d'analyse et l'individu est perçu en termes d'activités à mener afin qu'émerge l'organisation (Hernandez, 2008). Nous allons citer les modèles suivants:

#### **II.1.2.1 Le modèle de la formation organisationnelle**

Selon ce modèle, trois facteurs conduisant à l'acte d'entreprendre :

- La propension à créer : certains individus ont une combinaison de caractéristiques psychologiques et un passé professionnel qui les rendent plus susceptibles de créer une entreprise.
- L'intention de créer : parmi ceux-ci certains rencontrent des situations qui augmentent leur probabilité de s'engager dans des comportements de création.
- La structuration des informations : cette étape consiste à rechercher et à trouver dans l'environnement des informations pertinentes.

Selon ce modèle, la décision d'entreprendre peut s'expliquer par l'environnement. Si l'environnement est favorable au créateur (capacité de trouver les ressources nécessaires, marché absorbant), il décidera à se lancer dans son projet.

#### **II.1.2.2. Le modèle de l'intention entrepreneuriale :**

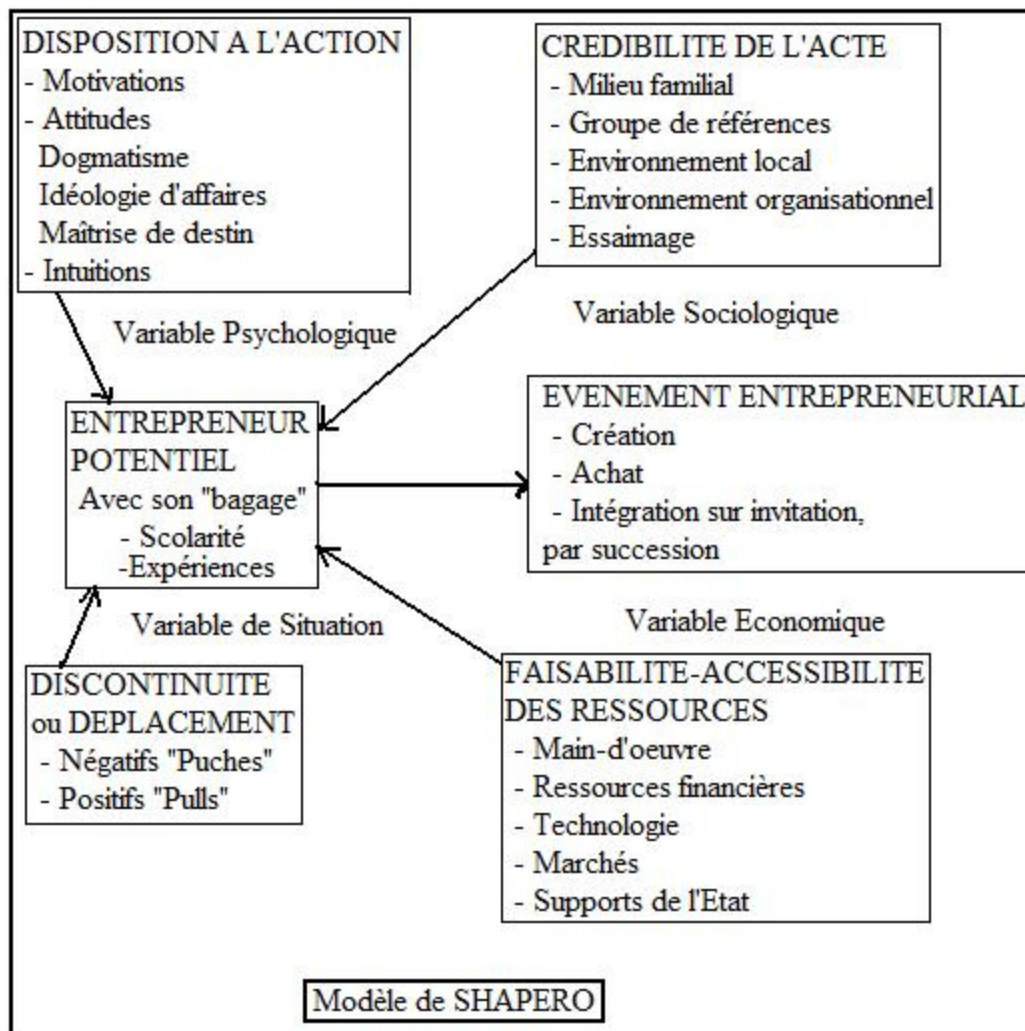
Le modèle de l'intention couvre une combinaison des facteurs personnels et contextuels qui prédisposent les individus à avoir l'intention de créer une entreprise. « *L'intention de créer une entreprise est supposée dépendre de trois éléments : l'attrait perçu de la création d'entreprise ; le degré d'incitation à entreprendre perçu dans l'environnement*

social ; la confiance qu'à l'individu en sa capacité à mener à bien le processus entrepreneurial »<sup>41</sup>. L'intention entrepreneuriale est présentée par les deux modèles suivants :

### II.1.2.2.1. Le modèle de l'évènement entrepreneurial

Les travaux de Shapero sont basés sur un modèle général de création d'entreprise qui date de 1975 et qui a connu un grand succès parmi les chercheurs qui s'intéressent à ce domaine. Selon cet auteur, la création d'entreprise est un phénomène multidimensionnel<sup>42</sup>, il faut pour l'analyser prendre en compte des caractéristiques psychologiques du créateur et un certain nombre de facteurs contextuels.

Figure n°2 : Le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero<sup>43</sup> :



<sup>41</sup> Boissin J-P, Chollet B, Emin S, « Le faible attrait des étudiants pour l'entrepreneuriat : éléments d'analyse pour l'action », XIVème Conférence International de Management stratégique, pays de la Loire, Angers, 2005

<sup>42</sup> Hernandez E-M, « Le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », l'Harmattan, 1999, P35.

<sup>43</sup> Emin S, « la création d'entreprise en contexte universitaire : les facteurs de l'engagement », l'Association International de Management stratégique, Université Laval, Quebec, p3.

Ce modèle se base sur quatre variables :

◆ **La disposition à l'action, variable psychologique** : Shapero insiste sur le fait que les entrepreneurs ont un grand désir d'indépendance et de contrôle de leur environnement.

Des motivations et des qualités attribuées aux individus et qui leur permettent d'avoir une disposition favorisée à l'action entrepreneuriale.

◆ **La crédibilité de l'acte, variable sociologique** : pour Shapero, elle constitue une condition essentielle de la création de l'entreprise : « *La plus puissante variable que l'on puisse trouver associée à l'acte de création d'une entreprise est la crédibilité de l'acte d'entreprendre. L'individu doit être capable de s'imaginer lui-même faisant démarrer et dirigeant une entreprise* »<sup>44</sup>

L'attrait de la personne pour la création d'organisation se construit par l'influence de la famille, des groupes de références, des milieux professionnels, des contextes scolaires et de la culture.

◆ **La faisabilité de l'acte, variable économique** : Shapero la distingue comme une des variables principales de l'explication de l'évènement entrepreneurial. L'entrepreneur doit être capable de réunir toutes les ressources nécessaires (financières, humaines et techniques) afin de créer son entreprise.

◆ **La discontinuité ou déplacement, variable de situation** : selon Shapero, il existe deux types de situations ; des situations perçues comme négatives par le créateur potentiel et qualifiées de PUSHES et des situations perçues comme positives et qualifiées de PULLS :

— Situations négatives : d'après Shapero, elles représentent 65% dans son étude<sup>45</sup>. Il s'agit de situations liées à l'emploi, par exemple, insatisfaction dans le travail, mauvaise relation avec la hiérarchie, absence de possibilité de promotion. Comme, il peut s'agir de discontinuité diverses, à titre d'exemple, la fin des études, la fin du service militaire ou encore la sortie de prison.

— Situations positives : elles sont rares par rapport aux situations négatives, seulement 28% dans l'étude de Shapero. Elles résultent de la découverte d'un nouveau produit, la rencontre d'un partenaire, d'un futur associé, etc.

---

<sup>44</sup> Emin S, « l'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : Le cas français », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Pierre Mendès, France, Novembre 2003, P 120.

<sup>45</sup> Ibid, Sandrine EMIN, p5

L'ensemble de ces variables influent sur le créateur potentiel et entraînent le déclenchement de l'événement entrepreneurial.

#### II.1.2.2.2. Le modèle de l'action raisonnée

Le modèle de l'action raisonnée (Ajzen et Fishbein, 1980)<sup>46</sup> et le modèle du comportement planifié sont deux modèles représentatives d'un comportement intentionnel ou planifié. Elles expliquent la plupart des comportements des individus (Ajzen, 1991) dans un contexte spécifique.

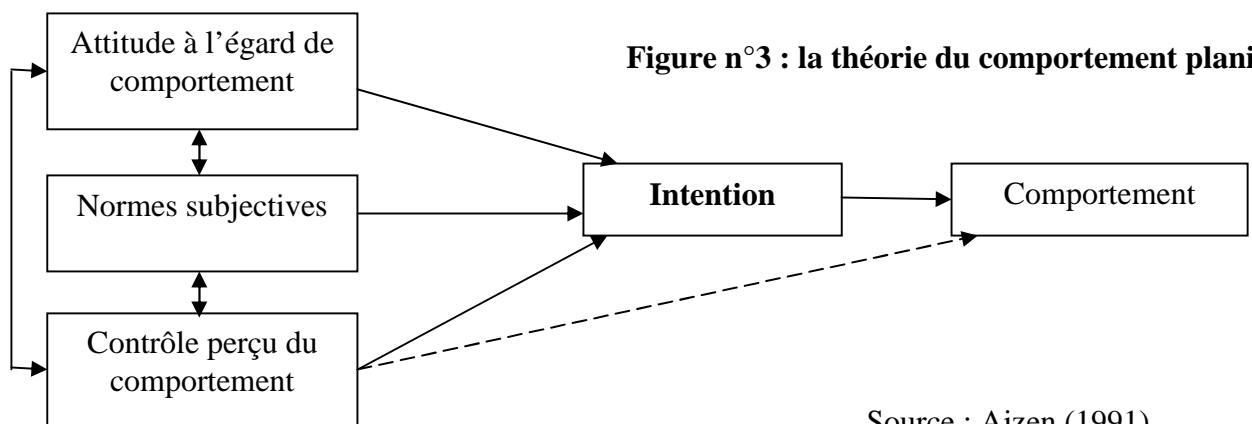
Ce modèle suppose que la réalisation d'un comportement est liée à l'attitude de l'individu envers ce comportement et aux normes subjectives associées au fait de le réaliser.

**L'attitude** : est formée de deux éléments : les croyances relatives à l'engagement dans un comportement et par l'évaluation des conséquences de cet engagement.

**Les normes subjectives** : la perception d'un individu des opinions des autres personnes dans la prise de décision de s'engager dans un comportement.

La théorie de comportement planifiée (d'Ajzen, 1991) est venue compléter la théorie de l'action raisonnée, en ajoutant un troisième élément qui est :

**Le contrôle sur le comportement** : c'est la perception d'un individu de la facilité ou de la difficulté d'accomplir un comportement donné. (Figure 3)<sup>47</sup>



Source : Ajzen (1991)

<sup>46</sup> Dif. A, « L'entrepreneuriat féminin, cas de la wilaya d'Oran », mémoire de magister en sciences commerciales, université d'Oran, 2010, p45.

<sup>47</sup> Boissin J-P, Chollet B, Emin S, « Le faible attrait des étudiants pour l'entrepreneuriat : éléments d'analyse pour l'action », XIVème Conférence International de Management stratégique, pays de la Loire, Angers, 2005



Pour le modèle du comportement planifié, le contrôle sur le comportement est l'élément principal lié à l'engagement dans un comportement donné. L'intention est caractérisée par l'attitude, les normes subjectives et la perception de contrôle.

### **II.1.3. Les principales dimensions environnementales favorisant la création :**

Les explications de l'acte entrepreneurial après avoir étudié les créateurs, et les traits de l'entrepreneur, sont dirigées vers l'identification des facteurs motivationnels de la dynamique entrepreneuriale. L'explication de ce phénomène nécessite d'ajouter un ensemble de facteurs environnementaux à la dimension individuelle.

Bouchikhi (1990) rappelle que le créateur d'entreprise réussit, c'est parce qu'il sait réunir les ressources nécessaires pour la réalisation de son projet. Pour lui, l'entrepreneur ne peut pas réussir seul et isolément, mais il appartient à un milieu qui le fait évoluer, en lui fournissant tous les moyens matériels et immatériels nécessaires aux nouvelles entreprises.

Les environnements socioéconomique, institutionnel et culturel constituent des facteurs importants qui facilitent l'activité entrepreneuriale. La croissance économique, la dimension marché (marché e travail, marché des biens et des services, matières premières,...), la stabilité économique, l'environnement fiscal, les contraintes administratives et réglementaires sont des facteurs qui peuvent jouer un rôle facilitateur ou même de frein pour l'activité entrepreneuriale

Cependant, trois ensembles de caractéristiques culturelles sont retenus : les dimensions économiques et démographiques, les raisons socioculturelles et les motifs politiques.

#### **❖ Les dimensions économiques et démographiques :**

Les études réalisées indique qu'il ya un impact significatif entre la croissance de la demande de biens de consommation et le nombre de créations d'entreprises dans la plupart des pays. Le lien entre la croissance économique et l'activité entrepreneuriale est analysé dans le cadre des travaux du Global Entrepreneurship Monitor<sup>48</sup>.

---

<sup>48</sup> Le « Global Entrepreneurship Monitor » (GEM) ou projet de suivi global de l'entrepreneuriat a pour but de réunir les meilleurs experts mondiaux pour étudier les relations complexes entre l'entrepreneuriat et la croissance économique.

Autres recherches ont montré que l'entrepreneuriat dépend fortement de la masse démographique. Parmi celles-ci, nous citons les recherches de et Mc Milan (1988)<sup>49</sup> qui démontre que le dynamisme entrepreneurial est fortement lié à la densité de population des entreprises et aux relations entretenues entre elles, mais en même temps ils doivent faire face à une intensité concurrentielle très forte.

D'autres variables importantes peuvent influencer l'acte entrepreneurial telles que : l'existence d'université et de centres de recherche, le développement du secteur des services, la jeunesse de la population et enfin le dynamisme technologique des entreprises.

❖ **Les raisons socioculturelles :**

Le concept de capital social est utilisé par Boutillier et Uzunidis (1999) pour définir l'ensemble des relations d'un individu. Le capital social aide le porteur de projet dans sa démarche. Il lui permet d'avoir accès à certains savoirs, capitaux, clients, fournisseurs...difficilement accessibles sans l'existence de relations interpersonnelles.

❖ **Les motifs politiques :**

Les actions politiques et gouvernementales peuvent influencer la dynamique entrepreneuriale. L'environnement juridique est susceptible d'encourager ou limiter l'initiative individuelle. De plus, la mise en place de certains dispositifs d'accompagnement<sup>50</sup> peut permettre la réalisation d'un projet. Les états accordent des aides spécifiques aux entrepreneurs sous forme d'avantages financiers, formation, conseil et d'assistance aux personnes en difficultés.

Le système est créée dans le but de soutenir l'emploi et de diminuer la disparition d'entreprises individuelles<sup>51</sup>.

## **II.2. Définition de la motivation**

Selon le dictionnaire de Dico du manager (2009), la motivation désigne « *l'ensemble des raisons rationnelles, émotionnelles, personnelles ou d'intérêt général, physiques et/ou*

---

<sup>49</sup> Danjou. I, « L'entrepreneuriat : un champ fertile à la recherche de son unité », Revue Française de gestion, n°138, 2002, p112

<sup>50</sup> L'introduction des systèmes d'appui et d'accompagnement en Algérie à partir des années 90 pour la promotion de l'entrepreneuriat.

<sup>51</sup> Cette dernière représente une part importante dans le tissu économique, elle représente 90% du tissu algérien selon l'office national des statistiques.

*psychologiques, qui pousse un acteur à l'action (déclenchement d'une conduite ou d'un comportement) et/ou à l'adoption d'une attitude particulière et/ou à l'expression d'une opinion* ». Un deuxième sens est : « *ensemble des forces internes qui poussent l'individu à agir* »<sup>52</sup>.

Dans le cadre de l'entrepreneuriat, ces forces qui poussent à créer l'entreprise sont de deux sortes, des forces endogènes à l'individu (ses caractéristiques innées) et des forces exogènes contenant l'ensemble des facteurs qui constituent le milieu et l'entourage de l'individu. Ces deux formes constituent les motivations qui incitent l'individu à être entrepreneur.

### **II.2.1. Les principales motivations des entrepreneurs**

L'entrepreneuriat, c'est le fait de mobiliser des ressources en vue de lancer des projets et de créer des entreprises dont les produits ou les services répondent à des besoins de la société. Les raisons de créer une entreprise ou d'entreprendre un projet sont nombreuses et varient d'un individu à un autre. Qu'est-ce qui amène donc une personne à démarrer une entreprise ?

Alain Fayolle (2004) manifeste sur l'existence d'une motivation principale parmi d'autres motivations personnelles pour lesquelles les individus décident de créer ou de reprendre une entreprise. La question posée par cet auteur est la suivante : Est-ce que l'entrepreneur est motivé principalement par l'argent ?<sup>53</sup>

P-A Julien et Marchesnay (1996)<sup>54</sup>, disent que le bon choix des décisions de l'entrepreneur sera marqué par le profit, qui est l'un des grands objectifs de l'investisseur.

La théorie économique a toujours dit que le profit est rarement le premier objectif de l'entrepreneuriat. Ce profit peut être d'une part une contrainte pour compenser les coûts et surtout assurer la survie de l'entreprise et d'autre part il permet de faire face à de nouveaux défis pour soutenir la croissance et les nouveaux investissements.

---

<sup>52</sup> Selon Le dictionnaire Larousse de l'éducation

<sup>53</sup> Fayolle A, « Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre », édition DUNOD, Paris, 2004, p65

<sup>54</sup> Julien P et Marchesnay, « l'entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996, p53-54

Dans le même sens Alain Fayolle (2004)<sup>55</sup>, précise que contrairement aux idées reçues, les entrepreneurs, quelque soit le pays considéré, mettent plus souvent en avant les motivations suivantes :

- \_ Le besoin d'accomplissement ;
- \_ Le besoin d'indépendance ;
- \_ Le besoin de reconnaissance ;
- \_ La recherche de pouvoir ;
- \_ La passion ;
- \_ Le challenge, le défi ;
- \_ L'enrichissement (l'argent n'est que très rarement une motivation) ;

Certains auteurs ont affirmé qu'une personne qui présente un profil entrepreneurial est plus susceptible qu'une autre d'entreprendre un projet parce qu'elle a les habiletés et le comportement nécessaires.

Les motivations sont généralement inséparables de sa personnalité et de ses intérêts professionnels et familiaux. Les motivations à la création peuvent être :

### **II.2.1.1. Motivations psychologique**

Les entrepreneurs décident de créer leurs propres entreprises à cause d'eux même. Un ensemble de caractéristiques se réunissent chez l'individu entrepreneur qui lui incite prendre la décision d'entreprendre.

#### **➤ Besoin d'indépendance :**

« Être son propre patron » est l'explication donnée comme un motif de création d'entreprise. Collins et Moore (1964)<sup>56</sup> considèrent le besoin ou bien le désir d'autonomie comme un facteur de base dans la création d'une nouvelle entreprise. Ils suggèrent qu'en ayant un fort sentiment d'indépendance, les entrepreneurs sont capables à sacrifier cette indépendance. Ce sacrifice d'autonomie est acceptable tant qu'ils ne la perçoivent pas comme imposée par une autre personne.

---

<sup>55</sup> Ibid. Fayolle A (2004), p69

<sup>56</sup> Cachon J, « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi », p19.

➤ **Besoin d'accomplissement :**

Selon McClelland, les personnes ayant un fort besoin d'accomplissement, ils ont les attributs de comportement suivants :

1. La prise du risque basée sur la compétence et non sur la croyance au hasard ;
2. La prise de responsabilité personnelle en ce qui concerne les décisions ;
3. Une activité énergique et innovatrice ;
4. La capacité de planifier à long terme.

➤ **La créativité et l'innovation :**

Les entrepreneurs doivent témoigner d'une réelle créativité et d'une capacité à innover. Leur fonction principale est l'innovation et l'introduction, dans un environnement donné, de nouvelles combinaisons productives, cherchent de nouvelles idées, et introduisent de nouvelles manières de réaliser de nouveaux produits. L'innovation n'est pas nécessairement une innovation de rupture, elle peut s'envisager à travers des modifications marginales.

Selon certains auteurs, les entrepreneurs ont un comportement particulièrement innovateur et créatif, alors que leur recherche du gain financier représente seulement une raison mineure pour devenir employés à leur compte. La gestion de l'innovation est également considérée comme le principal défi auquel les entrepreneurs font face afin de concurrencer leurs adversaires<sup>57</sup>.

➤ **La prise de risque :**

L'action d'entreprendre est entourée d'incertitude. Des changements imprévus peuvent surgir au cours de l'investissement. Le risque est vu comme le risque de perdre, ce qui n'est pas sans conséquences sur le capital et sur le moral de l'entrepreneur (conséquences économiques et psychologiques). Quatre grands types<sup>58</sup> de risques sont toutefois encourus par les créateurs d'entreprises : Le risque financier, Le risque de carrière, Le risque familial et le risque psychique. Tous ceux qui peuvent faire face à une prise de décision avec tous les risques que présente ont la possibilité de devenir des entrepreneurs.

---

<sup>57</sup> Cachon J, « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi », P 18.

<sup>58</sup> Citée auparavant, p20-21

➤ **L'Internalité de contrôle :**

Ayant le sentiment de contrôle, l'individu attribue ses capacités et prend la responsabilité de contrôle de son environnement au lieu d'être par d'autres. L'individu pense qu'il a des bonnes chances de pouvoir orienter sa vie.

**II.2.1.2. Motivations sociologiques et culturelles**

Les facteurs sociologiques et culturels sont des éléments directement liés aux différents milieux de l'individu, et qui peuvent jouer un rôle sur leur propension à entreprendre. Ces milieux (famille, écoles, universités, société, entreprises, professions, territoires), exercent sur l'individu de nombreuses influences.

Plusieurs éléments du vécu d'un individu peuvent avoir un impact sur ces croyances, ses perceptions et ses intentions relatives à l'entrepreneuriat.

➤ **L'âge :**

La jeunesse et les qualités qui y sont associées peuvent constituer un plus. La carrière d'entrepreneur commence dans la plupart des cas entre 22 et 55 ans. Sans doute, elle peut débiter plus tôt ou plus tard, mais la chose est moins probable puisqu'il faut à l'entrepreneur de l'expérience, du savoir-faire pertinent, une assise financière et beaucoup d'énergie pour lancer et gérer avec succès une nouvelle entreprise. Dans une étude<sup>59</sup> faite sur les entrepreneurs naissants au Canada, ils ont observé que 57 % de ceux-ci ont entre 25 et 44 ans et possèdent jusqu'à 10 ans d'expérience dans le domaine dans lequel évoluera la nouvelle entreprise.

➤ **La famille et les proches :**

Les aspects de l'environnement familial de l'individu ont un impact sur la décision d'entreprendre, la profession et le statut social de son père ou de sa mère et ses relations avec ses parents. Pour certains économistes, la profession des parents est déterminante dans la vie des entrepreneurs, car la famille joue un rôle essentiel, les jeunes issus d'une famille d'entrepreneurs sont plus disposés à entreprendre. Les jeunes grandissant dans ce genre de

---

<sup>59</sup> Gasse Y, « l'influence du milieu dans la création d'entreprises », Centre d'Entrepreneuriat et de PME. Québec, université Laval, 2003, P52.

famille ou d'entourage, considèrent leurs parents ou ses proches comme des modèles à imiter<sup>60</sup>.

➤ **L'éducation**

Des recherches ont montré que l'éducation joue un rôle important dans l'éveil des entrepreneurs. Elle permet de doter l'entrepreneur de compétences et de connaissances qu'il estime très utiles, même décisives pour la concrétisation de son projet<sup>61</sup>. Le système éducatif permet donc de sensibiliser les étudiants, de valoriser l'image de l'entrepreneuriat<sup>62</sup> et apporte les connaissances et les compétences qui aident les individus à prendre les bonnes décisions, à élaborer des projets solides et à créer des entreprises dotées d'un potentiel important de croissance.

➤ **L'expérience professionnelle :**

Les activités professionnelles antérieures jouent un rôle important dans la création, la croissance et la réussite de l'entreprise. La connaissance d'une technique et d'un secteur d'activité a une influence importante sur l'activité entrepreneuriale. De ce point de vue<sup>63</sup>, certains domaines d'expérience ont une importance particulière, par exemple, l'obtention des financements auprès des banques, implantation des établissements industriels, création des réseaux de distribution et l'établissement des plans commerciaux d'attaque du marché. Il est généralement plus facile de lancer une deuxième, troisième ou une quatrième entreprise que de lancer la première.

➤ **Le territoire :**

Le territoire dans lequel l'entrepreneur (ou celui qui se destine à l'entrepreneuriat) passe sa vie personnelle ou professionnelle joue un rôle important qui ne peut être pas négligé. Un territoire peut, en effet, constituer un pôle d'attraction entrepreneuriale<sup>64</sup>. Il est considéré comme un déterminant grâce à la disponibilité d'atouts naturels et d'infrastructures de base tels (réseaux routiers, aéroport, télécommunication, réseaux d'énergie, tissu économique, ...), ainsi qu'aux ressources humaines, financières et technologiques.

---

<sup>60</sup> Ibid. Gasse Y, p55

<sup>61</sup> Cachon J, « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi », P 33.

<sup>62</sup> Ibid. Gasse Y, p58.

<sup>63</sup> Ibid. Gasse Y, p62

<sup>64</sup> Fayolle. A, « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003, P 66.

### II.2.1.3. Motivations économiques

Les facteurs économiques<sup>65</sup> sont les ressources informationnelles, humaines, technologiques, financières et matérielles. Ils occupent une position clé dans la démarche entrepreneuriale. Ce sont les ressources auxquelles doit accéder l'entrepreneur en vue de créer son entreprise.

- *Les ressources humaines* : la présence d'une main d'œuvre qualifiée dans la zone d'implantation favorise l'entrepreneuriat. Une région, où la main d'œuvre est de bon marché, son taux de création d'entreprise s'accroît.
- *Les ressources financières* : La disposition d'un capital financier de départ encourage l'entrepreneuriat. Par contre, un entrepreneur ne disposant pas des moyens financiers nécessaires rencontrera plusieurs difficultés.
- *La demande de marché et son accessibilité* : L'existence de marchés ouverts influence positivement la création d'entreprise. Cependant, il existe des marchés ouverts mais encombrés, d'autres sont fermés ou très réglementés, l'implantation d'une nouvelle entreprise y quasiment impossible. Les réseaux personnels et professionnels constituent des éléments facilitateurs qui permettent de gagner du temps et de l'efficacité face à la complexité des démarches et procédures. Aussi, les entreprises se localisent le plus près possible de la demande en vue de minimiser les coûts de transport. La demande locale exerce un impact positif sur la naissance d'entreprises dans la plupart des secteurs, surtout dans le secteur des services la création d'entreprise est influencée par la proximité du marché (Holl, 2004)<sup>66</sup>.
- *Les économies d'agglomération et de localisation* : Les économies de localisation sont liées au nombre d'entreprises qui appartiennent aux mêmes secteurs regroupés dans une zone spécifique. Dans l'économie de localisation, il s'agit de l'accès à une main d'œuvre spécialisée, la disponibilité des biens et services intermédiaires nécessaires

<sup>65</sup> Fayolle. A., « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003, P 67.

<sup>66</sup> Capron. H., « Entrepreneuriat et création d'entreprises, facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise », édition de Boeck, Paris, 2009, p 59



pour le fonctionnement d'entreprise. Les économies d'urbanisation correspondent au regroupement des activités économiques différentes et à la proximité d'entreprises diversifiées qui offrent des services complémentaires et pour le transfert d'information entre secteurs.

## **CONCLUSION**

A travers ce chapitre, nous avons essayé de faire une revue de la littérature concernant l'entrepreneur en identifiant les principales théories et caractéristiques de cet acteur fondamental de l'entrepreneuriat.

La définition de l'entrepreneur a connu une évolution à travers le temps cependant que la structure économique mondiale se transformait et devenait plus complexe. La notion d'entrepreneur s'est précisée et s'est élargie pour inclure des concepts tenant à la personne plutôt qu'à l'activité économique.

L'entrepreneur apparaît, à certains, comme un individu peu ordinaire, doté de caractéristiques psychologiques uniques, voire même d'une capacité intuitive à entreprendre.

Il apparaît à d'autres plutôt comme un manager capable d'innover, d'organiser et d'agir (identifier les ressources, les approprier, les mettre en œuvre) et disposant d'une capacité de leadership. L'entrepreneur peut évoluer dans des situations et des contextes très différents liés à des entreprises existantes ou en voie de création.

Plusieurs études ont démontré que les fondateurs d'entreprise 'les entrepreneurs ' possèdent certaines caractéristiques particulières qui contribuent au déclenchement du processus de la création d'entreprises. Ces caractéristiques sont liées à l'origine de l'entrepreneur et à son histoire qui regroupent des caractéristiques propres à l'individu (telles que l'âge et le sexe), des variables propres à son passé (son éducation ou son expérience professionnelle), l'entourage entrepreneurial et des éléments relationnels ayant pu l'influencer dans ses choix (tissu relationnel et familial).

Les motivations entrepreneuriales des entrepreneurs régissent d'une combinaison complexe de facteurs qui sont interdépendant.

**CHAPITRE II :**  
**L'ACTE FONDAMENTAL DE**  
**L'ENTREPRENEURIAT : LA CRÉATION**  
**D'ENTREPRISE**

---

## **INTRODUCTION**

Après avoir tenté de traiter les différentes définitions et concepts de base de l'entrepreneur, ses caractéristiques et les principales motivations qui lui poussent d'entreprendre. Dans ce deuxième chapitre, nous allons essayer de mieux comprendre cet acte entrepreneurial.

L'entrepreneuriat est devenu aujourd'hui un enjeu majeur pour la quasi-totalité des pays. Les divers avantages qu'il génère justifient l'intérêt grandissant qu'il provoque. Par ailleurs, à côté de son contribution dans la création d'emploi et du renouvellement du tissu économique, l'entrepreneuriat peut apporter de l'intérêt aux individus qui peuvent trouver dans des situations entrepreneuriales des sources de satisfaction.

Au cours de ce chapitre, nous allons exposer dans la première section les différentes définitions de l'entrepreneuriat, les conceptions de base, ainsi que les différentes situations entrepreneuriales. Étant donné que la petite et moyenne entreprise est l'entité fondamentale du phénomène entrepreneurial, la section qui suit (section II) sera consacrée à la présentation des différentes définitions de la PME, ses caractéristiques, ses atouts et même ses faiblesses.

## SECTION I : CONCEPTS DE BASE DE L'ENTREPRENEURIAT

### **I.1. Définition de l'entrepreneuriat :**

La littérature relative au concept d'entrepreneuriat propose une grande variété de définition. Selon **Verstraete (2000)** «*L'entrepreneuriat est un phénomène trop complexe pour être réduit à une simple définition, son intelligibilité nécessitant une modélisation. Cette complexité exclut la possibilité d'une délimitation stricte et univoque de ses frontières sémantiques*»<sup>67</sup>.

Le même auteur a défini l'entrepreneuriat comme « *un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion* »<sup>68</sup>. Il considère l'entrepreneuriat comme un phénomène complexe qui peut être un type particulier d'organisation lancé par un entrepreneur qui agit pour atteindre ses objectifs. Ce terme d'entrepreneuriat contient le mot entrepreneur, donc la démarche entrepreneuriale est incitée par l'individu.

Selon **JULIEN et MARCHESNAY**<sup>69</sup>, le mot entrepreneuriat a été choisi au Québec par le conseil de la langue française, au détriment du terme anglais « *entrepreneurship* ». Ce mot désigne « *l'état (la qualité) de celui ou de ceux qui sont entrepreneurs. Cet état résulte de plusieurs facteurs plus ou moins complémentaires, l'esprit d'entreprise*<sup>70</sup>, *la création d'entreprise et l'action d'entreprendre ou de conduire une entreprise en étant entrepreneur.*».

L'entrepreneuriat est un processus de création de valeur par de « nouvelles combinaisons productives » qui constituent un formidable levier de croissance et d'innovation.

Par ailleurs, l'entrepreneuriat<sup>71</sup> est aussi une dynamique de changement pour l'individu, ce dernier, en s'investissant dans la création de son entreprise, est susceptible de

---

<sup>67</sup> Verstraete T, « Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », Editions EMS, 2000, p11

<sup>68</sup> Verstraete T, Fayolle A, « Paradigmes et entrepreneuriat », revue de l'entrepreneuriat, vol 4, n° 1, 2005, P 37.

<sup>69</sup> Julien P, Marchesnay M, « L'entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996, P 8.

<sup>70</sup> L'esprit d'entreprise peut être défini « *comme l'aptitude d'un individu, d'un groupe social, d'une communauté à : prendre des risques pour engager des capitaux (pour investir) dans une sorte d'aventure (une entreprise), consistant à apporter quelque chose de neuf (L'innovation), de créatif, ceci en employant et en combinant de la façon la plus performante possible des ressources diverses.* »

<sup>71</sup> Bruyat C, « créer ou ne pas créer : une modélisation du processus d'engagement dans un projet de création d'entreprise », Revue de l'entrepreneuriat, vol 1, N°1, 2001

changer de savoir-faire, d'attitude, de valeurs, de statut social, etc. En ce sens, l'entrepreneuriat est le rapport entre (individu/création de valeur).

Pour comprendre le phénomène d'entrepreneuriat, nous retenons la synthèse présentée par **Danjou (2002)<sup>72</sup>**, qui selon elle l'entrepreneuriat est un champ de recherche caractérisé par trois grands aspects : **l'acteur, l'action et le contexte entrepreneurial**, voir (**tableau synthétique n°01**).

**a. Le contexte entrepreneurial :**

L'étude du contexte entrepreneurial fait apparaître la relation qui existe entre l'activité entrepreneuriale et son environnement socio-économique : *Quel contexte économique, culturel et social favorise l'entrepreneuriat ?*

**b. L'entrepreneur (l'acteur) :**

L'entrepreneur est l'acteur du processus entrepreneurial, plusieurs auteurs ont étudié les caractéristiques de ce dernier en premier lieu car c'est lui l'initiateur de l'évènement (l'acte entrepreneurial).

Selon les chercheurs, la compréhension du champ de l'entrepreneuriat nécessite la connaissance de son acteur qui est l'entrepreneur, en étudiant ses caractéristiques psychologiques, personnelles et démographiques ; « *une personne qui prend l'initiative de rassembler certains moyens dans une certaines formes et pour un certain but. Cette entité dispose d'une relative autonomie et la personne qui en a eu l'idée la dirige et en prend le risque* »<sup>73</sup>

**c. L'action (l'activité entrepreneuriale) :**

*Que fait l'entrepreneur ?* Une question principale qui doit avoir une réponse.

Selon Gartner (1988) « la recherche sur l'entrepreneuriat devrait se focaliser sur ce que fait l'entrepreneur et non sur ce qu'il est »<sup>74</sup>.

<sup>72</sup> Danjou I, « L'entrepreneuriat : un champ fertile à la recherche de son unité », Revue Française de gestion, n°138, 2002, p (108- 123)

<sup>73</sup> Hernandez (2001), « l'entrepreneuriat, approche théorique », l'Harmattan, France, p74

<sup>74</sup>Ibid. Danjou (2002), p115

## **Chapitre II : L'acte fondamental de l'entrepreneuriat : la création d'entreprise**

Considéré comme acteur, l'entrepreneur réalise un certain nombre d'actions tels que : la création d'une activité nouvelle, la détection des opportunités, l'élaboration d'une stratégie lui permettant un meilleur fonctionnement pour la réalisation de ses objectifs. On s'intéresse ici aux tâches et activités réalisés pour la création des organisations, *comment les organisations naissent elles ? que font les entrepreneurs pour les créer, quel est leur rôle ?*

**Tableau synthétique n°01**

<b>L'ENTREPRENEURIAT VUE SOUS L'ANGLE</b>			
	<b>Du contexte :</b> Effets et conditions de l'entrepreneuriat	<b>De l'acteur :</b> L'entrepreneur	<b>De l'action :</b> Le processus entrepreneurial
<b>Questions clés</b>	<i>Quel est le rôle de l'entrepreneur dans la régulation et le développement des activités économiques ? Qu'est ce qui favorise le développement d'activités entrepreneuriales (facteurs incitatifs économique et socioculturels) ? Quels groupes, dans une société, sont le plus susceptibles de « produire » des entrepreneurs ?</i>	<i>Qui est l'entrepreneur ? en quoi est-il différents des autres créateurs ? des autres en général ? quel est son profil psychologique ? Pourquoi devient-il entrepreneur ? Pourquoi crée t il ? qu'est ce qui le fait agir ? Quelles sont les caractéristiques des entrepreneurs qui réussissent ? qui échouent ?</i>	<i>Qu'est ce qui caractérise un projet d'entrepreneur ? quelles sont les tâches clés nécessaires pour établir avec succès une nouvelles organisation ? en quoi différents elles de celles requises par la gestion courante de l'entreprise ? Comment un projet est il entreprit ? Comment crée t on une entreprise ? Comment naissent les organisations ?</i>
<b>Disciplines de base</b>	Economie Sociologie, anthropologie Ecologie des populations	Psychologie Théories managériales	Théories des organisations Théories managériales (stratégie et principes d'action)
<b>Angle de vue</b>	L'entrepreneuriat est une fonction qui joue un rôle de moteur dans la croissance. L'entrepreneuriat est un évènement induit par des facteurs socioculturels.	L'entrepreneuriat est « incarné ». il est appréhendé comme le comportement d'un individu ayant des motivations et des traits de personnalité particuliers.	L'entrepreneuriat est « désincarné ». Il est présenté comme un comportement qui se décline en un ensemble d'actions.
<b>Contribution</b>	Importance du rôle de l'entrepreneur dans le développement économique. Importance de forces contextuelles.	Importance de l'individu.	Importance du processus qui met en jeu de nombreuses variables.
<b>Définition type</b>	« un entrepreneur est quelqu'un de spécialisé dans la prise de décisions relatives à la coordination de ressources rares » (Casson, 1991, p22)	« l'entrepreneur hip est une réponse créatrice, une habileté à percevoir de nouvelles perspectives, à faire des choses nouvelles, à faire différemment les choses existantes » (Toulouse, 1988, p21)	« l'entrepreneuriat est la création de nouvelles organisations » (Gartner, 1988, p26)

**Source : DANJOU Isabelle, (2002), p116**

## **I.2. Les conceptions dominantes de l'entrepreneuriat :**

**Alain Fayolle et Vestraete (2005)**<sup>75</sup> identifient quatre paradigmes, qui permettent de cerner le domaine de la recherche en entrepreneuriat : la détection-construction-exploitation d'une occasion d'affaire (opportunité), la création d'une organisation, la création de valeur et l'innovation.

### **I.2.1. Paradigme de l'opportunité d'affaires :**

Il repose sur l'idée que l'entrepreneuriat est un processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation des opportunités. La construction de ce paradigme s'inspire largement des travaux de Schumpeter (1935) et de Kirzner (1973).

Schumpeter souligne l'importance de l'innovation qui constitue l'entrepreneuriat, tandis que Kirzner met en évidence l'importance de la découverte d'opportunité dans les marchés. L'ensemble de ces travaux ont en commun la mise en évidence de l'entrepreneur comme étant un acteur à la recherche d'opportunité et de profit.

Pour Venkataraman (2000), le processus découverte-évaluation et exploitation de l'opportunité est associé à des individus (découvreur, évaluateur et exploitateur). Cette perspective porte sur l'émergence d'une nouvelle activité économique sans qu'elle soit nécessairement liée à l'émergence d'une nouvelle organisation. Une activité peut être considérée nouvelle parce qu'elle présente une combinaison nouvelle d'idées existantes ou parce qu'elle crée une nouvelle idée qu'elle combine avec les idées préexistantes. Ils présupposent que les opportunités existent dans la nature et il suffit d'avoir une capacité à les reconnaître pour les exploiter et les transformer en réalités économiques.

Par contre pour Alain Fayolle, l'opportunité entrepreneuriale se construit au cours du processus de création de l'activité et non pas qu'elle est le point de départ qu'il faut découvrir de ce processus.

### **I.2.2. Paradigme de la création d'une organisation :**

La conception de Gartner (1995) repose sur l'idée que l'entrepreneuriat est un phénomène consistant à créer une nouvelle organisation. Il porte principalement sa réflexion sur le concept d'émergence organisationnelle. Il a distingué le phénomène de création d'une organisation des autres phénomènes organisationnels. Il a illustré l'acte de création par une

---

<sup>75</sup> Verstraete T, Fayolle A, « Paradigmes et entrepreneuriat », Revue de l'entrepreneuriat, vol 4, N°1, 2005



citation de Collins et Moore (1964), où ces derniers reconnaissent aux entrepreneurs la capacité de transformer leurs rêves en action par la création d'une affaire.

Dans cette vision, l'étude de l'entrepreneuriat revient à étudier la naissance de nouvelles organisations, c'est-à-dire les activités par lesquelles le créateur mobilise et combine des ressources pour concrétiser l'opportunité en un projet.

Pour Vestraete (1999), l'entrepreneuriat est vu comme un système complexe et un type spécifique d'organisation qui est inspiré par un entrepreneur. Cet entrepreneur agit pour concrétiser, au sein de la structure, sa vision de cette organisation. Il est donc indispensable pour lui d'étudier les activités permettant à un individu de créer une nouvelle entité.

### **I.2.3. Paradigme de la création de valeur :**

La création de valeur a été identifiée comme un thème situé au cœur de l'entrepreneuriat. Pour Bruyat inspiré des travaux de Gartner (1993), L'objet étudié dans le champ de l'entrepreneuriat est le rapport individu-crédation de valeur. L'entrepreneur est une condition nécessaire pour l'apparition du résultat, et de même, le résultat est une condition nécessaire pour que l'entrepreneur existe.

Autrement dit, La valeur réalisée par un projet ne sera créée qu'avec l'intervention de l'individu et ce dernier ne sera pas qualifié d'entrepreneur tant que la création de valeur n'a pas eu lieu. Ce rapport peut être définie comme suit : *« l'individu est une condition nécessaire pour la création de valeur, il en détermine les modalités de production, l'ampleur... Il en est l'acteur principal. Le support de la création de valeur, une entreprise par exemple, est la "chose" de l'individu, nous avons : Individu création de valeur. La création de valeur, par l'intermédiaire de son support, investit l'individu qui se définit, pour une large part, par rapport à lui. Elle occupe une part prépondérante dans sa vie (son activité, ses buts, ses moyens, son statut social...), elle est susceptible de modifier ses caractéristiques (savoir-faire, valeurs, attitudes...), nous avons : Création de valeur individu »*<sup>76</sup>

### **I.2.4. Paradigme de l'innovation :**

La théorie économique s'est intéressée tardivement à l'innovation. Parmi les premiers qui ont travaillé sur le concept, Joseph Schumpeter, qui considère que la firme innovatrice crée une rupture dans les conditions de la concurrence car elle dispose d'un avantage

---

<sup>76</sup> BRUYAT C, « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », Thèse de doctorat, 1993, P 58

compétitif. « *L'entrepreneuriat et l'innovation sont associés depuis que l'économiste autrichien Joseph Schumpeter à évoqué la force du processus de **destruction créatrice** qui caractérise l'innovation* »<sup>77</sup>.

P. André Julien et Michel Marchesnay ont affirmé que le moteur de l'entrepreneuriat est l'innovation. Elle constitue le fondement de l'entrepreneuriat, puisque celle-ci suppose des idées nouvelles pour offrir ou produire de nouveaux biens ou services, ou, encore, pour réorganiser l'entreprise. L'innovation, c'est 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.

La fonction d'innovation est donc importante et fait de l'entrepreneur un vecteur du développement économique. Les entrepreneurs doivent chercher les sources d'innovation, les changements et les informations pertinentes sur les opportunités créatrices. Ils doivent connaître et maîtriser les principes qui permettent de mettre en œuvre les innovations, avec les meilleures chances de réussite.

### **I.3. Diversité des situations entrepreneuriales :**

Dans ce point, nous aborderons les principales formes de l'entrepreneuriat. La démarche entrepreneuriale au sens large prend plusieurs aspects : la création d'entreprise, la franchise, l'essaimage et reprise d'entreprise.

La création d'entreprise : « *est l'acte fondateur de l'entrepreneuriat, encourager par les pouvoirs publics, pour développer la création d'emploi, elle est freiné par de nombreux obstacles tant administratifs, qu'économiques, que sociaux, que psychologiques ou que culturels* »<sup>78</sup>.

La création d'entreprise correspond surtout à des créations d'activités économiques nouvelles par des personnes n'étant pas déjà chefs d'entreprise. La création d'entreprise est un phénomène qui se présente sous plusieurs formes. Cela vient de la variété de types d'entreprises créées et du profil de l'entrepreneur, **Hernandez** (1999)<sup>79</sup>.

---

<sup>77</sup> Fayolle A, « Entrepreneuriat : Apprendre à entreprendre », Dunod, Paris, 2004, p10.

<sup>78</sup> Boislandelle H. M, « Dictionnaire de gestion : vocabulaire, concept et outils », Economica, Paris, 1998, P.146

<sup>79</sup> Hernandez E-M, « le processus entrepreneurial, vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », l'Harmattan, Paris, 1999, p225

## **Chapitre II : L'acte fondamental de l'entrepreneuriat : la création d'entreprise**

Il est possible de distinguer quelques situations typiques de création en soulignant les implications principales sur l'entrepreneur :

### ***1.3.1. La création ex-nihilo :***

La création ex-nihilo est la forme la plus pure d'entrepreneuriat. Un individu, seul ou avec quelques associés, crée une entreprise indépendante ne reposant sur aucune structure préexistante. Ce type de création repose sur une idée innovante où, l'entrepreneur sera chargé de convaincre les utilisateurs et les acheteurs par le nouveau produit. Les risques doivent être bien évalués par l'entrepreneur, il doit aussi gérer des disponibilités qu'il a dans son milieu, qui lui permettent de mieux saisir l'opportunité.

### ***1.3.2. La création par essaimage :***

L'essaimage consiste à aider un salarié à se lancer dans une activité indépendante. Au démarrage, l'essaimé travaille souvent en sous-traitance pour son ancien employeur (l'essaimé), puis petit à petit diversifie sa clientèle et conquiert son indépendance véritable.

### ***1.3.3. La création en franchise :***

La franchise est un accord commercial et juridique par lequel une entreprise appelée le franchiseur s'engage à fournir à une seconde entreprise, dite franchisee, un savoir-faire, une formation et une assistance permanente en contre partie d'une rémunération. Ce type de création consiste, d'une certaine façon, à imiter un fonctionnement qui existe dans un contexte géographique donné. La création en franchise bénéficie également d'un accompagnement important, mais payant, de la part du franchiseur. Elle peut permettre à celui qui n'a pas d'idées propres ou qui n'a pas une capacité à innover de réaliser son objectif de création d'entreprise.

### ***1.3.4. La création de filiale :***

L'entrepreneur agit, dans ce cas, pour le compte d'une entreprise existante qui lui confie un projet de nature entrepreneuriale. Les risques personnels sont très limités et les conditions matérielles proposées sont celles d'un cadre ou d'un dirigeant. Cette situation peut convenir à celui qui va entreprendre mais qui ne le fait pas par peur des risques et pour ne pas remettre en cause sa situation personnelle ou familiale.

### **I.3.5. La reprise d'entreprise :**

C'est reprendre par un individu (entrepreneur) pour son propre compte ou pour une entreprise existante une activité dont l'organisation existe déjà. Dans ce sens l'incertitude est généralement moindre et les niveaux de risque sont beaucoup plus faibles. L'acte de reprendre réalisé par l'entrepreneur peut concerner une entreprise ou une activité en difficulté, sinon sur une entreprise qui est en bonne santé.

#### **I.3.5.1. Le Leverage By Out (LBO)**

Le LBO<sup>80</sup> (Leverage By Out) est une technique financière qui permet le rachat d'une entreprise saine. Cette société cible doit être bien positionnée sur son marché, et sa propre évolution au sein de son secteur d'activité doit être clairement identifiée. Ce rachat implique un changement de contrôle de l'entreprise, est financée par des fonds propres et par des dettes. Les fonds propres peuvent être apportées pour partie, par l'équipe dirigeante place dans la société visée.

Il ya deux forme<sup>81</sup> de LBO :

- ❖ **Le MBO Management By Out:** le MBO est le rachat d'une société par son équipe de direction, un ou plusieurs cadres, non actionnaires ou minoritaires, en collaboration avec des investisseurs spécialisées. Le MBO est la forme la plus fréquente de LBO.
  
- ❖ **Le MBI Management By In :** le MBI est le rachat d'une entreprise par un ou plusieurs dirigeants repreneurs extérieurs. Les repreneurs ne sont plus comme le MBO, des salariés de l'entreprise ciblée.

Quant à lui, BRUYAT<sup>82</sup> (1994) construit une typologie qui met en évidence différents types de processus de création d'entreprise. Deux dimensions permettent de distinguer quatre grands types de création d'entreprises.

---

<sup>80</sup> : Mongin G, Lautier S, « Intérêts et pratiques des opérations de LBO », Mémoire effectué sous la direction de Monsieur Simon J, Conservatoire National des Arts et Métiers, 2003-2004.

<sup>81</sup> : Une autre forme de LBO qui consiste sur le mixage MBO-MBI, qui est le rachat par un dirigeant repreneur extérieur en association avec le vendeur et/ ou avec des cadres de l'entreprise.

<sup>82</sup> : Fayolle A, « Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre », édition DUNOD, Paris, 2004, P 113.

## Chapitre II : L'acte fondamental de l'entrepreneuriat : la création d'entreprise

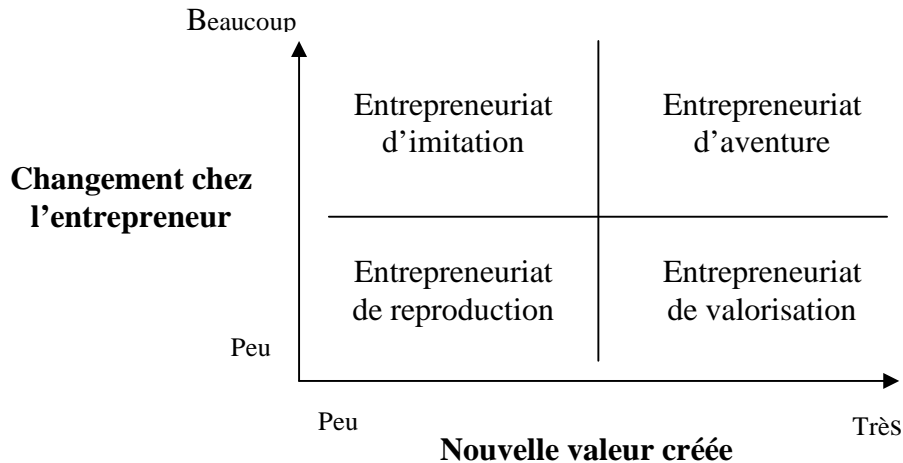
La première s'attache à l'importance de la valeur nouvelle ou de l'innovation à la base de cette création, elle concerne l'environnement pertinent au projet.

La deuxième dimension tient compte de l'importance de l'effet de cette création sur l'entrepreneur (de « peu de changements » dans le cas où l'entrepreneur agit de la même façon qu'avant la création, à « beaucoup », dans le cas contraire c'est-à-dire que la création transforme sa vie). Pour chacun des types, il est possible d'associer un niveau d'incertitude, donc de risques.

- **La création reproduction** : Elle est caractérisée par une faible intensité du changement pour le créateur et une faible intensité de la nouveauté pour l'environnement. Dans ce cas le niveau d'incertitude n'est pas très élevé. La création reproduction c'est le fait de créer une entreprise ressemblant à d'autres connues. Les changements pour le créateur sont faibles car il a le savoir-faire et les relations utiles à son projet. Dans ce type de création, le créateur cherche à faire pour son propre compte ce qu'il faisait déjà dans son emploi précédent.
- **La création imitation** : L'entrepreneuriat d'imitation crée peu de valeur nouvelle, mais permet au créateur de changer sa situation parfois d'une façon importante. Le créateur d'entreprise ne dispose pas de l'ensemble des ressources et des compétences nécessaires, il essaye de monter et de développer une entreprise en utilisant une formule bien établie. Le niveau d'incertitude correspond à la capacité du créateur à acquérir les compétences et les ressources nécessaires pour mener à bien son projet.
- **La création innovation-valorisation** : Elle est caractérisée par une faible intensité du changement pour le créateur, mais la nouveauté est grande pour l'environnement. Cela signifie que le créateur crée une entreprise à partir d'une manière de faire ou d'un produit nouveau dont il possède le savoir-faire. Le niveau d'incertitude est fonction de la vitesse de pénétration de l'innovation dans son environnement (valorisation de la nouveauté par les clients).
- **La création innovation-aventure** : Elle est caractérisée par une grande intensité du changement pour le créateur et une grande nouveauté pour l'environnement. Le niveau d'incertitude est très élevé et combine des aspects liés à l'apprentissage et à

l'innovation. Ces situations de création sont très dynamiques, les imprévus et les aléas sont fréquents, conduisant le créateur et le projet à des adaptations et à des changements fréquents. Le projet se construit et se reconstruit en même temps que le créateur doit faire évoluer ses compétences et ses ressources.

**Figure n°1 : Différents types de nouvelles entreprises :**



Source<sup>83</sup> : Philippe Mustar et Henri Penar, « encyclopédie de l'innovation », Economica, 2003, p163

La typologie de création d'entreprise donnée par (Marchesnay et Julien 1996, p 63-65), concerne :

Un salarié qui crée son entreprise sans abandonner son emploi (en attendant qu'il soit sûr de la rentabilité de son entreprise) ;

Entrepreneurs préfèrent le démarrage de leur entreprise pour la vendre ;

D'autres préfèrent l'association avec un gestionnaire s'occupant de la gestion, pour qu'il puisse se consacrer à l'innovation.

Les types de création se diffèrent selon le secteur, l'environnement, le type d'idée nouvelle, l'expérience vécue et la façon de s'organiser et de trouver de l'aide.

- ✓ **Une idée nouvelle** : l'innovation peut concerner un produit, sa fabrication ou la façon de la commercialiser ;

<sup>83</sup> NASROUN.N, « Dynamique entrepreneuriale des PME dans la wilaya de Bejaia », mémoire de magister en Sciences de gestion, Université de Bejaia, 2011, p40.

## Chapitre II : L'acte fondamental de l'entrepreneuriat : la création d'entreprise

- ✓ **Une transformation de l'expérience acquise** : la création peut être faite par un individu ayant des expériences dans des entreprises et qui veut se lancer dans sa propre entreprise en cherchant l'indépendance.
- ✓ **Seul ou en équipe** : la création d'entreprise peut se faire par un seul individu ou par une équipe, un innovateur et un gestionnaire par exemple, mais le problème posé lorsque le travail est fait par deux entrepreneurs autoritaires (chefs) et cherchent l'indépendance. Le partenariat est acceptable lorsque le degré de complémentarité entre les deux est fort ou chacun est maître dans son domaine.
- ✓ **Avec l'aide de l'extérieur** : la création d'entreprise peut se faire dans un incubateur (une pépinière d'entreprise ayant des services partagés...) ou par l'essaimage (les grandes entreprises qui veulent déléguer des activités marginales en les confiant à un employé), ou par un soutien par des organismes spécialisés qui aident les jeunes entrepreneurs et les encadrent pour mener à bien leurs entreprises et projets.

### **I.4. Le processus entrepreneurial:**

Pour certains auteurs<sup>84</sup>, l'entrepreneuriat est considéré comme étant un processus dynamique et complexe. Il est le fruit de facteurs psychologiques, socioculturels, politiques et économiques. La création d'entreprise constitue la manifestation la plus visible de l'entrepreneuriat.

Comment les organisations naissent-elles ? que font les entrepreneurs pour les créer ?

Il s'agit ici d'identifier les étapes du processus entrepreneurial. Pour la création de son entreprise, l'entrepreneur passe par plusieurs étapes du pré-démarrage au démarrage.

La première phase du processus entrepreneurial est la « **propension** ». Pour **A. Fayolle (2000, p405)** celle-ci est « *une incitation, un penchant à s'engager dans une démarche entrepreneuriale* ». Elle signifie que l'individu est sensibilisé à l'entrepreneuriat à cause de l'influence de son environnement, la famille, les proches, la formation et de ses expériences entrepreneuriales.

La propension peut se transformer en **intention entrepreneuriale** caractérisé par l'existence d'une idée d'un projet d'affaire plus ou moins formalisé, comme elle peut être interrompue et elle ne peut être pas concrétisée. Bird (1988) définit cette intention

---

<sup>84</sup> Tounes A, « l'intention entrepreneuriale : théories et modèle », Sanabil Med SA, Paris, 2005.

entrepreneuriale comme étant « *l'état d'esprit qui dirige l'attention de l'individu et qui le mène à l'action* »<sup>85</sup>

La troisième phase correspond à **la décision d'entreprendre** veut dire que l'intention de l'individu pour entrer dans le monde des affaires est forte et il veut réellement concrétiser son idée. Mais avant de valider cette décision, il faut s'interroger si vraiment l'idée est faisable ou pas ? Est ce qu'elle réaliste ? Quels sont les différents obstacles qui l'entourent ?

C'est-à-dire que cette décision va être suivie par des études financière, marketing... etc. tels que :

- La mise en relation avec le marché : c'est d'être plus attentif aux éléments économiques parlons ici sur la mise en place sur le marché, la concurrence, la réglementation, canaux et couts de distribution...etc.
  
- La recherche des ressources de base : si les étapes précédentes sont validées, il faut s'assurer de la disponibilité des ressources, matières premières, financement, équipement de production, le local, la main d'œuvre, etc.
  
- Le financement : pour l'entrepreneur, le financement est « le nerf de la guerre »<sup>86</sup>. Il existe plusieurs sources pour ce dernier, des fonds propres, des fonds survenant des parents des amis qui lui font confiance, soit des fonds survenant de l'état par les organismes de soutien qui aident le développement des jeunes entrepreneurs.
  
- Le plan d'affaires : est le plan de démarrage, il définit les différentes démarches pour créer et faire fonctionner son entreprise. Il s'agit de mettre dans un ensemble structuré l'idée, ressources, production, mise en marché et les ventes potentiel.

---

<sup>85</sup> Tounés A, « L'intention entrepreneuriale », Thèse pour le doctorat en Sciences de Gestion, Université de ROUEN, P 48

<sup>86</sup> Julien P-A, Marchesnay M, « l'entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996, p67



- La mise de place de l'organisation : après avoir finis avec les différentes étapes, il s'agit ici de mettre en place l'organisation par la préparation de la production, la location du local, l'installation du matériel, l'embauche des employés et voir les clients potentiels. Il arrive toujours d'avoir des imprévus malgré l'élaboration d'un plan d'affaires précis. Exemple : le non livraison des équipements à temps, le désistement des employés...etc.

La quatrième et dernière phase est **l'acte d'entreprendre** correspond au démarrage physique de l'activité, la concrétisation qui implique la réalisation du premier produit ou service.

Le processus entrepreneurial n'est pas toujours le même pour toute individu. L'acte de création peut apparaitre soudainement (sans avoir de l'intention) à cause d'une insatisfaction professionnelle, d'une opportunité saisie lors d'un travail salarié.

### **I.5. Le passage du projet à l'organisation :**

La création est l'activité principale qui caractérise l'entrepreneuriat, l'entrepreneur sera lui qui propose en premier, c'est-à-dire une nouvelle entité.

Selon W.B. Gartner (1988), l'entrepreneuriat est la création d'une nouvelle organisation, pour lui il s'intéresse beaucoup plus à l'acte c'est-à-dire la création et au comportement de l'entrepreneur (approche behavioriste) et non à son profil qui était pour longtemps l'objet des études par plusieurs chercheurs en entrepreneuriat (approche par trait)<sup>87</sup>. Le fait de créer une entreprise, la personne devient un entrepreneur.

**M. Hernandez (2001)**, considère l'entreprise comme un organisme, a un cycle de vie comprenant (conception, gestation, naissance, croissance, déclin et mort). L'entreprise existe grâce à un processus de création « *the process by which an organization evolves from nothing to something* »<sup>88</sup>.

Hernandez (2001) dans son ouvrage<sup>89</sup> considère l'entreprise comme étant un être vivant passant par des étapes au cours de sa vie. Dans le tableau suivant, il projette le domaine biologique sur le domaine d'entrepreneuriat :

---


<sup>87</sup> Article publié en 1988 : « Who is an entrepreneur, is the wrong question »

<sup>88</sup> Op.cit, Hernandez (2001), p45

<sup>89</sup> Op.cit, Hernandez (2001), p45

**Tableau n°2 : Les étapes de l'acte entrepreneurial**

<b>Le domaine source</b>	<b>Le domaine cible</b>
Le parent biologique	Le créateur de l'entreprise
La conception	L'idée de fonder l'entreprise
La gestation	La planification
La naissance de l'organisme	La création juridique de l'entreprise
La croissance biologique (EX : augmentation de la taille physique)	La croissance économique (EX : augmentation du chiffre d'affaires)
Santé de l'organisme	Santé économique de l'entreprise
Ressources alimentaires	Ressources humaines, finance...
Adaptation de l'espèce à une niche écologique	Adaptation de l'entreprise au marché
Mort de l'organisme	Cessation de l'activité économique (dépôt de bilan)

**ORGANISME**  **ENTREPRENEUR**

Pour créer son entreprise, l'entrepreneur doit accéder à certaines ressources. Les américains parlent des 6 « M » de l'entreprise : Money, Men, Machines, Materials, Market, Management.<sup>90</sup>

### **I.6. Le démarrage :**

La phase de démarrage est l'application concrète de toutes les idées, l'apprentissage sur le tas c'est-à-dire que l'entrepreneur va se former à partir de ce qui va rencontrer de l'action quotidienne de son entreprise. Il va réaliser quelques ajustements en attendant que l'organisation soit rodée.

L'entrepreneur doit s'informer de ce qui se passe dans son entreprise ainsi de son environnement (par la veille) et essaye de prévenir les problèmes (contrôler et faire des ajustements)

#### **I.6.1. Les principales activités du démarrage :**

Pour un bon démarrage d'une entreprise (Marcel Coté, 2000)<sup>91</sup>, l'entrepreneur doit préciser les activités à réaliser :

<sup>90</sup> Hernandez E-M, « le processus entrepreneurial, vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », l'Harmattan, Paris, 1999, p39

**Le choix du l'emplacement et du local,** Il s'agit de définir le choix d'acquisition du local (achat ou location), les prix, les conditions d'aménagement, le budget des frais de premier établissement et leur amortissement.

**La préparation du local et la sélection de l'équipement,** Elle nécessite une durée plus ou moins longue, selon le type d'activité et les travaux à réaliser. Le choix effectué pour les équipements, les fournisseurs et les matières premières qui dépendent des prix et des conditions de paiement et de livraison.

Un entrepreneur qui opte pour une stratégie de cout faible, il fait le choix d'un équipement automatisé, plus rapide, plus efficace et en produisant à un cout unitaire plus bas (peu de main d'œuvre) ; mais ça implique de payer l'équipement le plus cher qui est une contrainte pour l'entrepreneur qui se lance dans la création de son entreprise (le fonds initiale).

**La sélection des canaux de distribution** dépend du marché auquel l'entreprise va s'adresser et de la clientèle visée.

**L'aménagement des locaux et l'installation de l'équipement,** pour cette activité il existe deux choix pour l'entrepreneur, soit il le fait par soi même, soit il recourt à un expert (faire faire) et cette décision est liée aux capacités de l'entreprise à réaliser les travaux et même au budget, incluant aussi le degré du risque supporté.

**Le choix et le recrutement du premier personnel,** le personnel Qui va aider l'entrepreneur à produire et à offrir un produit/service de qualité qui vont permettre le bon fonctionnement de l'entreprise et d'obtenir un bon résultat financier. C'est pour ces raisons que le choix du personnel est très important car le mauvais choix conduit à des catastrophes.

Une étape dit « **rodage** », le rodage des différents choix effectués par l'entrepreneur (les équipements, outillage, personnel). Le rodage permet de faire des ajustements si nécessaire avant l'ouverture officielle de l'entreprise.

La dernière étape du démarrage, **le premier contact avec les clients.** Créer la première impression devant la clientèle, une période dont laquelle les clients vont juger et donner leur opinions sur le produit /service offert.

---

<sup>91</sup> Cote. M, Hafsi.T, « Le management aujourd'hui, une perspective nord américaine », les presses de l'université LAVAL, ECONOMICA, 2000

### **I.6.2. Le démarrage selon le type de l'activité :**

Quel que soit l'activité choisie par l'entrepreneur, il existe toujours un degré de risque lié au projet. Même si les difficultés soient identiques, certaines particularités sont présentes lors du lancement (elles ne vont pas avoir les mêmes problèmes de lancement). EX : un restaurant, salon de coiffure, cabinet d'avocat, médecin...).

#### **I.6.2.1. Activité de fabrication :**

Un entrepreneur qui se lance dans une activité de fabrication, doit s'assurer de :

- L'équipement, bonne matières premières, fournisseurs.
- Le choix des procédés de fabrication et l'emplacement de l'outillage.
- La qualité du personnel de production (formation, apprentissage),
- Le contrôle de qualité (produit finis, emballage, transport des produits...)
- Prévission des ventes,
- Sa capacité de calculer le prix de revient pour les produits (pour mesurer la marge)

#### **I.6.2.2. Activité commerciale :**

Lors d'une activité commerciale, l'entrepreneur doit s'assurer de :

- Ses plans marketing ;
- Les choix de l'attendu de gamme de produits,
- La sélection des marques, de couleurs et du design,
- Un niveau de qualité,
- La fourchette des prix fixée (entre le produit le moins cher et celui le plus cher) ,
- La bonne localisation,
- L'aménagement intérieur du local correspond à l'image qu'il veut créer,
- Le choix du personnel,
- Les heures d'ouverture,
- La qualité de son accueil
- Le 1<sup>er</sup> jour d'ouverture
- L'efficacité de sa politique commerciale (prix, publicité, promotion, garantie) par rapport à ses concurrents.

### **I.6.2.3. Activité de service :**

Pour une activité de service, l'entrepreneur doit s'assurer des mêmes éléments cités dans l'activité commerciale, l'élément au centre de ses préoccupations et son rapport avec les clients et l'appréciation qui va la laisser chez ce dernier (le client) et la qualité de service (qualité/prix).

Les auteurs (Marchesnay et Julien, 1996) mentionnent quelques problèmes pendant la période du démarrage :

- Détection de nouveaux clients,
- Obtention du financement,
- Embauche et formation des nouveaux employés,
- Embauche et formation des cadres,
- Résolution des problèmes courants du personnel,
- Tarification des produits,
- Planification de l'expansion de marché,
- Résolution des problèmes juridiques,

Les jeunes entrepreneurs malgré leur plan d'affaires élaboré, connaissent mal leurs coûts et leurs marchés, c'est pour cette raison les ajustements sont nécessaires lors du démarrage d'une entreprise.

### **I.7. L'impact de l'entrepreneuriat :**

La contribution de l'entrepreneuriat au développement économique est importante tant par son impact en matière d'emploi, d'innovation, de croissance et d'utilité personnelle.

Van Praag et Verslot (2007)<sup>92</sup> ont effectué une synthèse des travaux empiriques qui ont analysé la valeur économique d'entrepreneuriat qui est présente comme suite :

#### ➤ **L'emploi :**

- Externalité positive en matière de création d'emplois, elle génère un nombre considérable d'emplois<sup>93</sup>.
- Plus grande satisfaction au travail du personnel occupé

---

<sup>92</sup> Capron H, « Entrepreneuriat et création d'entreprises, facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise », édition de Boeck, Paris, 2009, p66

➤ **La croissance :**

En ce qui concerne le développement économique, elle rapporte une diversification de l'industrie par l'établissement de pôle de croissance<sup>94</sup>.

➤ **Innovation :**

Elle représente une importante source d'innovation, elle permet une harmonisation de développement technologique aux besoins du marché.

- Meilleure rentabilité des dépenses en recherche et développement ;
- Plus grande qualité des innovations ;
- Niveau de commercialisation des innovations élevée (principalement dans la startup<sup>95</sup>).

➤ **Utilité personnelle :**

- Possibilité d'atteindre un niveau de revenu élevé ;
- Meilleure satisfaction de l'emploi (autonomie et emploi valorisant)

---

<sup>93</sup> Ainsi en Algérie les 619 072 PME (publiques et privées) génèrent environ 1 625 686 postes d'emplois pour l'année 2010

<sup>94</sup> GASSE Y, « l'influence du milieu dans la création d'entreprise », organisations et territoires, 2003, Canada, p49

<sup>95</sup> La création d'entreprise dans le secteur du web ou de l'internet, c'est le rapport (éducation+développement d'entreprise+ TIC). La première initiative en Algérie était en 2009 par « Algerian startup initiative » (ASI), a pour objectif de promouvoir la création des projets startup.

## **SECTION II : LA PME : L'ENTITE FONDAMENTAL DU PHENOMENE ENTREPRENEURIAL**

### **II.1. Aperçu historique de la PME**

L'importance accrue de l'évolution des PME dans le monde s'explique par le poids de celles-ci dans le développement économique et social. Ces choix sont encouragés par le rôle des PME dans la croissance économique et la création de l'emploi.

La relance des PME est enregistrée dans tous les pays qu'ils soient développés ou en développement. Elles sont une composante essentielle de l'économie dans tous les pays et ceci à plusieurs titres : comme outil de renouvellement permanent du tissu économique, comme instruments efficaces de développement local et de lutte contre le chômage.

Jusqu'au XVIII<sup>e</sup> siècle la petite entreprise était le mode de production quasi exclusif dans tous les pays du monde. A la fin du XVIII<sup>e</sup> et début XIX<sup>e</sup> siècle, période de la révolution industrielle qu'a connue la Grande Bretagne, avant de s'étendre aux autres pays européens puis aux Etats Unis au milieu du XIX<sup>e</sup> siècle et au Japon après 1870, les pays sont passés de la phase d'une entreprise familiale à une entreprise industrielle. Cette révolution était caractérisée par des transformations profondes dans les techniques de production et des rapports sociaux. Auparavant, la production « industrielle » s'effectuait grâce au travail artisanal réalisé dans de petites échoppes familiales, au filage et au tissage domestique effectué souvent dans les compagnes et dans les manufactures réunissant sur le même lieu de travail des ouvriers payés à la tâche. L'explosion de l'industrie lourde et de la production des biens intermédiaires, la mise en place de technologies nouvelles et de moyens de transport beaucoup plus performant, les chemins de fer, l'accentuation de l'exode rural apportant une main d'œuvre plus abondante, en supprimant les entreprises artisanales, ont contribué largement à la croissance et à la concentration des firmes<sup>96</sup>.

La reconnaissance de la phase des petites et moyennes entreprises dans l'économie intervient au cours des années soixante-dix, marquée par la récession des pays industrialisés et par une crise aigue dans les pays en développement. La grande dimension n'est plus un objectif en soi. La renaissance des PME dans tous les pays industrialisé n'est plus à démontrer

---

<sup>96</sup> Aissani. N, «La politique de soutien des PME et leur rôle dans le développement économique en Algérie, cas de la branche des industries agroalimentaires », Mémoire de magister en Sciences Commerciales, Université d'Oran, 2006, p40

que ce soit du côté de création d'emplois, de la valeur ajoutée ou même des exportations. Le développement du phénomène de création de petites entreprises est à l'ordre du jour.

L'Italie semble avoir initié le mouvement au milieu des années 1960, suivie de la plupart des pays industrialisés, tels la France, en 1983 était encore plus affirmatif sur l'importance de la PME dans son économie : *« seules, les petites unités, capables de s'adapter rapidement à la mouvance du marché aux hautes technologies, à l'aspect ponctuel de besoins nouveaux, peuvent être le fer de lance de l'économiste, contrairement aux grands groupes qui en constituent l'assise »*<sup>97</sup>. Malgré que l'économie japonaise soit concentrée sur de grandes firmes géantes qui dominent le marché interne et même les exportations. L'Etat japonais a adopté, dès les années quatre-vingt et quatre-vingt-dix une série de mesures ayant comme but de favoriser le développement des petites entreprises en vue de maintenir des emplois et surtout, d'en créer de nouveaux.

La création des petites et moyennes entreprises était même l'intérêt des pays en développement. Citons l'exemple de la Tunisie après avoir enregistré des faiblesses au niveau des grandes entreprises pour la plupart faisait partie du secteur public. Les actions du pouvoir accréditèrent l'entrepreneuriat privé par l'encouragement des PME par une mesure d'aide à partir des années 1970<sup>98</sup>.

L'accroissement du nombre des petites et moyennes entreprises semble être un phénomène universel<sup>99</sup>. C'est "l'économie de management" qui se transforme progressivement en une "économie d'entrepreneurs" (Drucker, 1985).

## **II.2. Définitions de la PME :**

La notion des petites et moyennes entreprises reste toujours un problème compliqué par les différences existantes dans les définitions officielles des PME et par les ambiguïtés de la terminologie utilisée, de sorte qu'il est difficile d'établir une définition unique généralement retenue ou acceptée par tous. A cet effet, la recherche d'une définition plus englobant de la notion des PME nous impose de passer en revues différentes définitions de différents auteurs de PME.

---

<sup>97</sup> Bizaguet A, « Les petites et moyennes entreprises, Quoi Sais-je ? », PUF, Paris, 1993.

<sup>98</sup> La loi de 1972, prévoit des avantages fiscaux et des facilités d'implantation, puis la loi de 3 août 1974 relatives aux subventions pour les investissements des industries manufacturières tunisiennes. D'autre part les conventions signées entre les banques et le ministère de finance dont le but est de créer un fond de promotion.

<sup>99</sup> Tounès A, « entrepreneur l'odyssée d'un concept », p12



## Chapitre II : L'acte fondamental de l'entrepreneuriat : la création d'entreprise

La conférence générale des petites et moyennes entreprises (CGPME) définit la PME comme « *l'entreprise dans laquelle le chef d'entreprise assure personnellement et directement les responsabilités financières, techniques, sociales et morales quelle que soit sa forme juridique* »<sup>100</sup>

P-A Julien et M. Marchesnay, dans leur ouvrage « la petite entreprise », ont proposé la définition suivante : « *la petite entreprise est avant tout une entreprise juridiquement, sinon financièrement indépendante, opérant dans les secteurs primaires, manufacturiers ou des services, et dont les fonctions de responsabilités incombent le plus souvent à une seule personne, sinon à deux ou trois, en général seules propriétaires du capital* »<sup>101</sup>. Une définition qui paraît complète de telle sorte qu'elle cite et prend en considération les différentes caractéristiques d'une petite et moyenne entreprise.

A travers les différentes expériences étrangères et internationales, il ressort que la définition la plus courante de la PME fait appel à une double série de critères : quantitatifs et qualitatifs :

\*Les critères quantitatifs : Les définitions adoptées utilisent des critères purement quantitatifs comme les effectifs, le chiffre d'affaires et le bilan. Les approches quantitatives utilisent en général les trois critères à savoir : le nombre de salariés, mesure de l'activité et la notion d'indépendance.

**L'effectif** : l'effectif est le critère initial essentiel pour déterminer dans quelle catégorie s'inscrit la PME. Il correspond au nombre du personnel employé à temps plein, à temps partiel ou de manière saisonnière.

En d'autres termes, c'est tout le personnel lié par un contrat de travail à l'employeur, quel que soit la nature du contrat du travail. Les organismes fiscaux adoptent une autre définition : « tout personnel ayant perçu de l'entreprise une rémunération au cours d'un exercice »<sup>102</sup>.

---

<sup>100</sup> AISSANI.N, «La politique de soutien des PME et leur rôle dans le développement économique en Algérie, cas de la branche des industries agroalimentaires », Mémoire de magister en Sciences Commerciales, Université d'Oran, 2006, p38.

<sup>101</sup> Marchesnay, Julien. A-P, « la petite entreprise », Vuibert Gestion, Paris, 1988.

<sup>102</sup> Mahe de Boislandelle, « la gestion des ressources humaines dans les PME », Economica, paris, 1998, p486

## Chapitre II : L'acte fondamental de l'entrepreneuriat : la création d'entreprise

**La mesure de l'activité :** ce critère est basé sur l'utilisation d'un certain nombre d'indicateurs qui permettent d'évaluer le patrimoine de l'entreprise, et qui sont :

- Le chiffre d'affaires,
- Les actifs englobant tous les biens utilisés dans l'exploitation de l'entreprise,
- Le total du bilan annuel,
- La valeur ajoutée,

**La notion d'indépendance :** le critère prend en considération le degré de liberté dans la prise de décision au niveau de l'entreprise, et justement l'une des caractéristiques des PME est leur capacité de prendre leur décision par elles mêmes.

La définition<sup>103</sup> adoptée par l'OCDE est basée sur les trois critères : « *la moyenne entreprise est définie comme une entreprise employant de 50 à 250 personnes et dont le chiffre d'affaires est compris entre 200 millions et 2 milliard de Dinars et dont le total du bilan est compris entre 100 et 500 millions de dinars. La petite entreprise est définie comme une entreprise employant de 10 à 49 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 200 millions de dinars et dont le total du bilan n'excède pas 100 millions de dinars. La très petite entreprise (TPE) ou micro entreprise est définie comme une entreprise employant de 1 à 9 employés et réalisant un chiffre d'affaires annuel inférieur à 20 millions et dont le total du bilan n'excède pas 10 millions de dinars* ».

Sous un autre angle, nous pouvons percevoir une autre définition de la PME en utilisant des critères qualitatifs (sociologique ou analytique).

\*Les critères qualitatifs font référence en général au mode d'organisation et de gestion de l'entreprise : il s'agit de plus souvent d'une entreprise gérée et /ou administrée directement par les personnes physiques qui en sont les propriétaires.

En introduisant le rôle central du chef d'entreprise qui est dans la plupart des cas dirigeant et propriétaire. « *La PME est une unité de production, ou de distribution, une unité de direction et de gestion sous l'autorité d'un dirigeant entièrement responsable de l'entreprise, dont il est souvent propriétaire et qui est directement lié à la vie de l'entreprise* »<sup>104</sup>.

<sup>103</sup> Chelil A, Ayad S-M, «PME en Algérie : réalité et perspectives », Université de Tlemcen

<sup>104</sup> Wtterwulgh R, « La PME : une entreprise humaine », Boeck Université, 1998, p15

## Chapitre II : L'acte fondamental de l'entrepreneuriat : la création d'entreprise

Pour cette approche qualitative, l'entrepreneur détenteur du pouvoir c'est lui qui détermine la forme de l'entreprise. C'est à lui l'idée de créer et d'apporter le capital investit.

Alors le pouvoir est exercé par le détenteur des moyens de production et celui qui a pris le risque de créer.

L'entrepreneur propriétaire fait appel à sa propre expérience et son intuition lors de la prise et la mise en œuvre des décisions. En introduisant les objectifs de la direction, seulement les unités dont les objectifs sont la rentabilité et l'indépendance de gestion sont considérées des PME.

Mais ce genre de critères dits qualitatifs sont difficile à mesurer, c'est pour cette raison que l'approche quantitative reste la plus dominante.

### **II.3. Définition des PME dans des différents pays du monde :**

La définition de la PME pour chaque pays<sup>105</sup> se diffère selon la taille, la nature juridique et le secteur d'activité. On relève plusieurs définitions possibles des PME se basent essentiellement, soit :

- Sur le montant des investissements engagés ; ce critère a l'avantage de refléter l'importance des équipements et par conséquent le degré de mécanisation de l'entreprise. C'est le critère retenu par le Maroc, la Tunisie et d'autres pays.

*\*En Tunisie : la définition d'une PME est précisée par : « toute entreprise dont le montant de l'investissement est inférieur à 300.000<sup>106</sup> de dinars tunisiens »*

*\*Au Maroc : la définition de la PME est définie comme étant « toute entreprise gérée et/ ou administrée directement par des personnes physiques qui en sont propriétaires, actionnaires, dont le capital n'est pas détenu directement ou indirectement à plus de 25% par une personne morale ou un fonds collectif d'investissement »*

- Sur le nombre d'emplois créés ; ce critère à l'avantage de bien de cerner les différentes catégories d'entreprises, de déterminer la participation de chaque catégorie d'entreprises à résoudre le problème de chômage (qui est l'un des

---

<sup>105</sup> AISSANI.N, «La politique de soutien des PME et leur rôle dans le développement économique en Algérie, cas de la branche des industries agroalimentaires », Mémoire de magister en Sciences Commerciales, Université d'Oran, 2006, p40.

<sup>106</sup> Avant 1999 le plafond d'investissement était de 1.000.000 de dinars tunisiens, ce montant était remplacé par 300 000 dinars afin de promouvoir l'entrepreneuriat et d'encourager les investissements des PME.

## Chapitre II : L'acte fondamental de l'entrepreneuriat : la création d'entreprise

principaux objectifs recherchés par les autorités). Plusieurs pays retiennent ce critère pour définir une PME.

\*Les Etats Unis (USA) considèrent comme PME les entreprises dont l'effectif est inférieur à 500 personnes et distinguent les très petites, petites et moyennes entreprise ; les premières ne doivent pas dépasser les 20 employés, les secondes emploient jusqu'à 100 et les troisièmes catégories ne doivent pas dépasser 500 employés.

\*Le Japon considère toute entreprise ayant un nombre d'emplois inférieur à 300 personnes et dont la capitalisation n'excède pas 100 millions de Yens comme une PME, seulement que l'application de ces critères varie d'un secteur à un autre.

- La fabrication, construction et transport (300 personnes et 300 millions de yens)
- Commerce de gros (100 personnes et 100 millions de yens)
- Industrie et service (100 personne et 50 millions de yens)
- Commerce de détail (50 personne et 50 millions)

\*La France fixe le nombre d'emplois à une limite supérieurs à 500. Elle distingue la moyenne entreprise (de 50 à 500 personnes), la petite entreprise (de 10 à 50 personnes) et la très petite entreprise (de 1 à 10 personnes)

\*L'Allemagne et l'Italie considèrent comme PME les entreprises dont l'effectif est inférieur de 100 personnes.

\*La Belgique, l'Autriche, la Suède et la Suisse définissent une PME toute entreprise ayant moins de 50 personnes.

### **II.4. Cadre juridique des PME :**

L'encadrement juridique et réglementaire des petites et moyennes entreprise diffèrent d'un pays à un autre en raison que chaque Etat établie ses propres règles législatives et juridique en fonction des exigences de sa politique économique.

Parmi les formes juridiques de la PME que le chef d'entreprise doit choisir sont principalement : une entreprise individuelle<sup>107</sup>, une Entreprise Unipersonnelle de Responsabilité Limitée (EURL), une Société A Responsabilité Limitée (SARL), une Société en Nom Collectif (SNC), une Société Par Action (SPA).

---

<sup>107</sup> Après une étude faite par l'auteur A Bizaguet dans son ouvrage « les petites et moyennes entreprise », il fait apparaitre que la très grande majorité des PME plus de deux tiers sont constituées sous la forme individuelle, en raison qu'une seule personne physique assure la direction, perçoit les bénéfices et supporte les risques.

## Chapitre II : L'acte fondamental de l'entrepreneuriat : la création d'entreprise

L'entreprise individuelle : Cette forme sociale convient à l'investisseur désirant être son propre patron et seul propriétaire de son affaire<sup>108</sup>.

Une entreprise individuelle est entreprise qui est la propriété exclusive d'une personne physique. L'entrepreneur exerce son activité sans avoir créé de personne juridique distincte. Les différentes formes d'entreprises individuelles sont commerçants, artisans, professions libérales, agriculture. L'entrepreneur individuel est le seul « maître à bord »<sup>109</sup> (INSEE).

Société en Nom Collectif (SNC) : Dans ce type de sociétés, les associés ont tous la qualité de commerçant et répondent indéfiniment et solidairement des dettes sociales. L'avantage de cette forme juridique présente une organisation statutaire souple et il n'est pas exigé un capital minimum obligatoire. Les PME peuvent adopter cette forme sociale lorsqu'elles disposent de faibles capitaux notamment pour les projets innovants peu consommateurs de fonds propres. La gérance peut être assurée à un associé ou non.

Société A Responsabilité Limitée (SARL) : C'est une société dans laquelle la responsabilité des associés est limitée au montant de leurs apports. Les associés sont représentés par des parts sociales. Cette forme d'entreprise est constituée de deux (02) associés au minimum et 20 au maximum. Le capital minimum d'une SARL est de cent mille (100 000 DA)<sup>110</sup> dinars. Le capital social est divisé en parts sociales d'égale valeur nominale, de mille dinars (1 000 DA). Elle est gérée par une ou plusieurs personnes physiques les gérants peuvent être choisis en dehors associés des associés

Entreprise Unipersonnelle de Responsabilité Limitée (EURL) : Lorsque la SARL ne comporte qu'une seule personne en tant qu'associé unique, celle-ci est dénommée 'EURL'. La EURL a été créée pour restreindre les risques encourus par les entrepreneurs individuels qui sont tenus des dettes de leur entreprise sur la totalité de leur patrimoine. L'EURL leur permet de limiter leur responsabilité au montant de l'apport de l'unique associé. La gérance de la EURL peut être assurée par l'associé unique ou par un gérant tiers.

Société Par Actions (SPA) : La société par actions est constituée entre des associés qui ne supportent les pertes qu'à concurrence de leurs apports. Le nombre des associés ne peut

<sup>108</sup> « Guide de l'investisseur », direction générale des impôts, Ministère de Finance, Algérie, 2009, p7.

<sup>109</sup> www.Insee.fr

être inférieur à sept (07) membres. Leur capital ne peut être inférieur à 5.000.000 DA si la société fait publiquement appel à l'épargne et 1.000.000 DA dans le cas contraire. La société est administrée par un conseil d'administration composé de trois membres ou moins et de douze au plus.

## **II.5. Caractéristiques des PME :**

Les PME présentent de nombreuses spécificités. Du fait de leur taille, elles ont une structure simple, mais sont souvent dépendantes de leur environnement et ont une activité vulnérable<sup>111</sup>.

Pour mieux cerner le concept de la PME, le modèle du **JULIEN (1997)** a proposé les caractéristiques suivantes :

- **La petite taille** : caractérisée par une structure simple, des contacts directs, une distance hiérarchique moindre, des relations de travail plutôt informelles. Leur taille implique qu'elles gèrent un plus faible volume de ressources financières induisant un faible volume de ressources techniques et immatérielles et une faible spécialisation.
- **La centralisation**: c'est la personnalisation de la gestion, c'est-à-dire la centralisation de la prise de décision chez un seul individu qui est le plus souvent le propriétaire-dirigeant.
- **Une faible spécialisation** au niveau de la direction, des employés et des équipements : la direction assume les aspects stratégiques, commerciaux et les rapports avec les institutions aussi bien que des tâches opérationnelles de production. Les employés doivent être capables de changer de poste de travail ou de fonction. Les équipements doivent permettre la flexibilité de la production en étant capables de produire à un coût compétitif des petites séries variées.
- **Une stratégie intuitive et peu formalisée** : Le dirigeant est suffisamment proche de ses collaborateurs et employés pour leur expliquer oralement les changements qu'il impose sans formaliser par écrit sa stratégie. Le cycle de décision stratégique se situe dans le court terme.

---

<sup>110</sup> Cette définition est propre à l'Algérie

➤ *Des systèmes d'information interne et externe peu complexes et peu organisés :*

Contrairement aux grandes entreprises qui réclament de formaliser le transfert de l'information tout en favorisant le contrôle, le système d'information interne des PME est caractérisé par le dialogue et le contact direct. Leur système d'information externe est simple, la recherche d'information est principalement informelle.

Les PME possèdent certaines caractéristiques qui leur attribuent, d'un côté, des avantages dont elles peuvent tirer un grand profit de l'autre côté, des faiblesses qui encombrent leur expansion.

## **II.6. Les atouts des PME :**

La PME présente une structure simple et flexible qui lui permet d'être réactive à toute modification de l'environnement<sup>112</sup>.

Cette organisation entraîne de faibles coûts de structure ce qui peut lui donner un avantage concurrentiel par rapport à la grande entreprise. Des niveaux hiérarchiques très réduits, des processus de décisions plus rapides pour régler les problèmes liés à l'activité.

L'information circule également de manière plus efficace même si elle est d'un caractère informel. De plus, les salariés peuvent être plus motivés que dans une grande entreprise. La taille de la PME permet aux salariés d'être plus souvent associés aux prises de décisions.

## **II.7. Les faiblesses des PME**

Les PME souffrent de plusieurs faiblesses que nous essaierons de résumer dans les principaux points suivants :

- L'autonomie reste pour un grand nombre de PME très relative, par leur orientation vers la sous-traitance par rapport aux grands groupes.
- Les PME sont en général peu connues, aussi bien du public que des éventuel partenaires de l'entreprise (fournisseurs, clients, administrateurs, banques ...), ce qui engendre un manque de confiance de ces derniers à son égard.

---

<sup>111</sup> L'activité est un peu délicate, dans le cas d'un échec elle risque de perdre tout.

<sup>112</sup> NASROUN.N, « Dynamique entrepreneuriale des PME dans la wilaya de Bejaia », mémoire de magister en Sciences de gestion, Université de Bejaia, 2011.

- La difficulté d'assurer des ressources financières et humaines. Sa capitalisation et ses manques de notoriété rendent son accès aux ressources financières très difficiles. Même pour le recrutement des compétences professionnelles qui préfèrent vendre leurs services aux grands groupes pour diverses raisons, notamment le salaire et le choix de carrière.

## **CONCLUSION**

L'entrepreneuriat est perçu comme un phénomène complexe et multidimensionnel. Il devient un moyen pour les milieux d'assurer leurs capacités d'innovation et leur compétitivité. La création d'entreprise est devenue aujourd'hui le mot d'ordre en matière de développement, elle n'est rien sans l'entrepreneur innovateur. Ce dernier est celui qui crée des entreprises, contribue à leurs expansions, accepte l'incertitude, les risques et par son action accélère l'élaboration, la diffusion et la mise en œuvre d'idées nouvelles.

Au cours de ce phénomène entrepreneuriale, la grande dimension n'est plus un objectif en soi. La petite entreprise s'est imposée comme une institution qui a acquis une légitimité considérable (Julien, 1994, p151-152). Le dynamisme des économies industrialisées repose sur la productivité de leurs entreprises et ceci est devenu vrai tout autant pour les petites que pour les grandes entreprises.

La légitimité de la petite entreprise se est justifie par deux raisons ; Sociale tout d'abord, elle est liée aux facteurs de réalisation de soi et d'insertion sociale. Puis économique, car les TPE/PME ont été ces dernières années le fer de lance des innovations productrices, du développement des nouveaux services et de la création d'emplois.

Pour mieux illustrer le PME et son rôle, nous allons présenter la dynamique de création de la petite et moyenne entreprise qui fera l'objet du troisième chapitre.



**CHAPITRE III :  
LA DYNAMIQUE ENTREPRENEURIALE  
EN ALGÉRIE**

---

## **INTRODUCTION :**

Pendant très longtemps, en Algérie, les PME ont été négligées car la grande préoccupation des pouvoirs publics s'articulait autour de la grande organisation. L'Etat a considéré l'entreprise publique comme l'instrument privilégié de la réalisation de sa politique économique, c'est à elle que revient le développement du pays.

En Algérie comme les autres pays, les petites et moyennes entreprises constituent la grande partie du tissu économique.

La création des PME ne cesse d'augmenter en Algérie surtout à partir de l'année 2000 suite aux mesures d'accompagnement apportées par l'Etat algérienne.

La petite et moyenne entreprise joue un rôle important dans la vie économique, elle est considérée comme une cellule de richesse, une source de satisfaction aux besoins économique et sociaux en matière de croissance économique et d'absorption de chômage.

Au cours de ce chapitre intitulé la dynamique entrepreneuriale en Algérie, nous allons présenter dans un premier lieu la définition des PME selon la loi algérienne, l'exposition de son histoire. Ensuite, nous allons présenter l'évolution de la population de PME privées en Algérie et plus précisément dans la wilaya d'Oran, dans quel cadre elle a évolué, ainsi que les secteurs d'activités et le rôle de la PME dans la création d'emplois et la contribution à la valeur ajoutée, et les difficultés qui handicapent ces PME. Afin de pouvoir expliquer la dynamique entrepreneuriale en Algérie en répondant sur notre question principale qui est « les déterminants de la création des PME privées en Algérie » qui sera présentée dans le dernier chapitre.

## **SECTION I : LES PME EN ALGERIE**

En Algérie, la nouvelle forme de développement se tourne vers la création d'entreprises privées particulièrement les PME qui sont considérées comme un vecteur de croissance, un générateur d'emplois, et un moteur de progrès socio-économique

### **I.1. La définition de la PME :**

Jusqu'à 2001, il n'existait pas une définition officielle de la PME en Algérie et l'Office National des Statistiques (ONS) définissait la PME comme étant une entreprise de production de biens et de services employant de 1 à 250 personnes.

En décembre 2001, l'adoption de la loi<sup>113</sup> d'orientation sur la petite et moyenne entreprise a conduit à une définition plus officielle inspirée de la définition adoptée par l'Union Européenne.

La définition de la PME adoptée par l'Algérie est basée sur les trois critères suivant : les effectifs, le chiffre d'affaires et le bilan annuel. La PME<sup>114</sup>, quelque soit son statut juridique, est définie comme étant une entreprise de production des biens et des services employant de 1 à 250 personnes, dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 2 milliards de Dinars (DA), ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 500 millions de Dinars. Cette loi sur les PME distingue trois types d'entreprises :

*La moyenne entreprise* est une entreprise employant de 50 à 250 personnes et dont le chiffre d'affaires est compris entre 200 millions et 2 milliards de Dinars ou dont le total du bilan est compris entre 100 et 500 millions de Dinars.

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

*La très petite entreprise* (TPE) 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 Dinars.

---

<sup>113</sup> La loi N°01-18 du 12/12/2001

<sup>114</sup> Journal officiel de la république Algérienne n°77, 15 décembre 2001, Chapitre II, article 4, P 5.

Le tableau suivant représente le récapitulatif :

	<b>Les nombre des employés</b>	<b>Chiffre d'affaires (million de dinars)</b>	<b>Bilan annuel (million de dinars)</b>
Micro entreprise TPE	01 à 09	20	10
Petite entreprise	10 à 49	200	100
Moyenne entreprise	50 à 250	200 à 2000	100 à 500

## **I.2. Cadre institutionnel des PME<sup>115</sup> :**

Deux grandes périodes caractérisent le cadre institutionnel, administratif et juridique dans lequel a évolué l'entreprise nationale depuis l'indépendance. La première, qui a duré jusqu'en 1982, s'est caractérisée par la limitation du secteur privé et la dominance du secteur public, l'Etat est considérée l'unique propriétaire et entrepreneur. La seconde période est caractérisée par l'intérêt porté sur les petites structures et le retour vers les PME, et les initiatives des politiques publiques à favoriser l'activité entrepreneuriale, pour créer de nouveaux emplois.

### **➤ La première période : 1962-1982:**

Dans le cadre d'une économie planifiée de type socialiste, l'Etat était composée d'un vaste secteur public qui contrôlait près de 70% de la valeur ajoutée; il couvre toutes les industries importantes (hydrocarbures, métallurgie, mécanique, électricité et gaz)<sup>116</sup>.

Cette période caractérisée par la création de grandes sociétés nationales telles SONATRACH, SONACOME, SN METAL, SONELEC, SONEPEC, SONELGAZ..., la PME-PMI était absente ou relativement écartée; l'industrie de transformation privée avait un caractère familial, au plus artisanal, sans grande ampleur.

Les différentes politiques du développement étaient orientées pour les entreprises publiques. Les secteurs ouverts aux PME privées étaient ceux qui nécessitent peu de maîtrise technologique et qui fait appel le moins possible à une main d'œuvre qualifiée, tels que le secteur du commerce et des services.

<sup>115</sup> CHELIL.A, AYAD.S, « PME en Algérie, réalité et perspectives », université de Tlemcen, 2008.

<sup>116</sup> L'industrie lourde.

De 1962 à 1982, seulement 600 unités par an ont été créées avec des chances de survie incertaines et un impact économique limité. Les premiers codes d'investissement favorisaient le monopole de l'Etat. Celui de 1963 n'accordait aucun avantage ni garantie au capital privé. L'entreprise privée était limitée par un contrôle très strict, par une fiscalité qui empêche son autofinancement.

➤ ***La deuxième période : 1982 à nos jours***

Après 20 ans de prédominance du secteur public, l'Etat accorde au secteur privé un rôle complémentaire en 1982 dans certaines activités, avec un niveau d'investissement très limité. La PME a été utilisée comme moyen pour faire face à la crise d'endettement. La loi de 1981 sur la restructuration des entreprises publiques a marqué le début de l'ouverture vers l'économie de marché. Parmi les réformes économiques mises en place, la réorganisation du secteur public pour améliorer l'efficacité et la productivité de l'économie.

La liberté d'investir en Algérie était 1993 par le nouveau code des investissements consacré par le décret législatif n° 93-12 du 5 octobre 1993, relatif à la promotion de l'investissement. Ce dernier est l'élément fondateur de l'ouverture de l'économie. Ce dernier était par la mise en place l'Agence Nationale pour la Promotion de l'Investissement (APSI), agence publique chargée de l'assistance et de l'encadrement des investisseurs.

A partir de 1995, deux lois fondamentales ont été prises : la loi sur la privatisation des entreprises publiques et la loi sur la gestion des capitaux marchands de l'Etat qui institue les holdings.

Le dispositif de 1993 n'a pas eu les effets escomptés à la relance de l'investissement privé. Ce qui a conduit les autorités à une révision du dispositif institutionnel qui s'est concrétisé à travers la promulgation en 2001 de deux textes législatifs fondamentaux : l'ordonnance relative au développement des investissements (ordonnance N° 01-03 du 20/08/2001) et la loi d'orientation sur la PME, loi n° 01-18 du 12 décembre 2001. Celle-ci définit les mesures de facilitation administrative dans la phase de création de l'entreprise qui pourraient être mise en œuvre.

En 2001, des mesures ont été prises pour encourager le développement de l'investissement privé, national et étranger. Elles se traduisant par une baisse significative des

taxes fiscales et des charges sociales, et la simplification des procédures administratives de création d'entreprises.

Une Agence Nationale de Développement des Investissements ANDI (ex APSI) a été créée en 2001 pour faciliter l'application des nouvelles dispositions en offrant des avantages aux nouveaux investisseurs (diminution des taxes fiscales, mise en relation avec d'autres administrations...).

L'Etat Algérien en 2003 lance un nouveau projet s'articulant autour de la « mise à niveau des entreprises privées», ce projet s'insère dans les accords d'association de l'Algérie avec l'Union Européenne et son intérêt porté sur l'adhésion à l'OMC. Cette mise à niveau vise à préparer et adapter l'entreprise à son environnement au niveau des exigences du libre échange. Ce processus concerne les entreprises privées performantes afin d'améliorer leur compétitivité industrielle et leurs performances pour leur permettre de concurrencer les entreprises étrangères. Il permet à l'entreprise de moderniser ses équipements et être surtout au niveau de sa compétitivité par :

- La mise en place de système de production, d'organisation et de gestion conformes aux normes et aux standards reconnus dans le secteur ;
- Le perfectionnement et le développement de la formation, la qualité et la certification, le marketing et la recherche des marchés ainsi que la recherche d'alliances et de partenariats.

Le cadre institutionnel mis en place ou en cours a permis la naissance de la PME privée, que malgré les contraintes et les obstacles, a gagné une place importante dans l'économie nationale.

### **I.3. Principales composantes de la PME et son évolution :**

L'ouverture économique de l'Algérie amorcée à la fin des années 80 a entraîné un développement important du parc des entreprises privées. Ce développement concerne le nombre de nouvelles firmes créées ainsi que leur contribution dans les différents secteurs d'activité.

La population globale des petites et moyennes entreprises, à la fin 2011, s'élève à 659 309 entités, contenant les PME privés, public et même l'activité artisanale. Près de 99,9% de cet ensemble d'entités sont constitués d'entreprises privées.

En une année, il a été enregistré un total de 40 237 nouvelles entités créées de plus que la population de l'année précédente (2010), représentant une progression annuelle de l'ordre de 6,50%.

Quant au nombre des PME du secteur public, il a augmenté faiblement de l'ordre de 2,69% par rapport à 2010, et par rapport à la diminution enregistrée entre l'année 2009 et 2010.

**a. Les PME privées :**

La fin de l'année 2011, le nombre de PME privées déclarées<sup>117</sup> par le ministère de l'Industrie et de la petite et moyenne entreprise et de la promotion de l'investissement s'élève à 658 737 entités au niveau national, réparties :

- Personnes morales<sup>118</sup> : 391 761 [représentant 59,41% du total]
- Personnes physiques<sup>119</sup> : 120 095 [représentant 18,21% du total]
- Activités artisanales : 146 881 [représentant 22,28% du total]

Par rapport à 2010, les PME privées ont progressé de 6,5% marquant ainsi une hausse de 40222 :

- 22 442 personnes morales
- 6 522 personnes physiques
- 11 258 relevant des activités artisanales

**b. Les PME publiques :**

Les PME publiques ne représentent qu'une partie minime de la sphère des PME algériennes. En 2011, le nombre a augmenté de 2,69% par rapport à l'année écoulée. Il passe de 557 à 572 PME. Cette augmentation peut être due au nouveau plan quinquennal 2010-

---

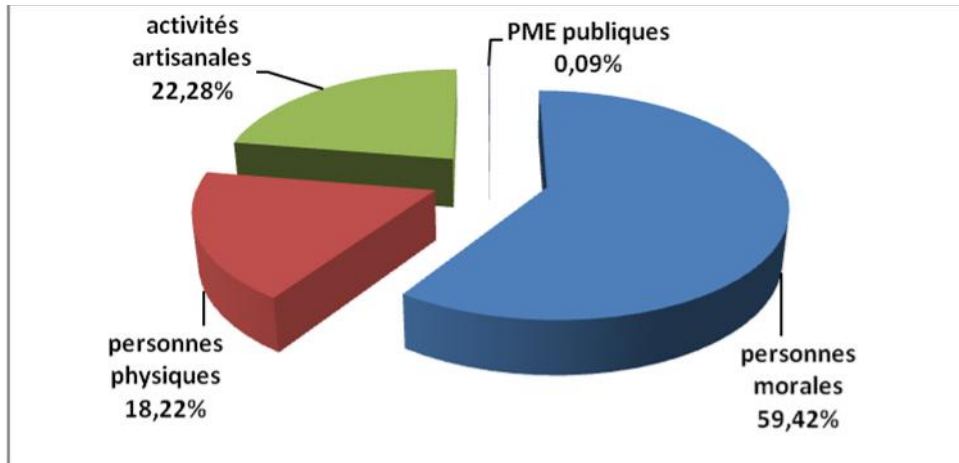
<sup>117</sup> Bulletin d'information statistique de la PME, n°20, 2011, direction générale de la veille stratégique, des études économiques et des statistiques.

<sup>118</sup> Une personne morale est un groupement de personnes formant une association, une société, une fondation ou autre, jouissant d'une personnalité juridique et d'un patrimoine collectif. Sur le plan économique, une personne morale est une entreprise avec un statut juridique.

2014, ou 40% des ressources étaient destinées au développement des infrastructures de base et à l'amélioration du secteur public : travaux publics (réseau routier, transport : tramway...etc.).

Ces PME exercent dans tous les secteurs d'activités principalement, l'agriculture (31,99%), l'industrie (29,55%) et les services avec un taux de 29,20%

**Figure n°1: Population de la PME selon la propriété (année 2011)**



Source : réalisé par nous à partir des données du ministère de la PME (bulletin d'information N°20)

#### **I.4. Evolution des PME privées :**

Depuis l'adoption du nouveau code des investissements en 1993, l'Algérie est rentrée dans une nouvelle politique de promotion de l'investissement. Le nombre connaît une croissance continue. Des statistiques ont démontrées que 75% des PME recensées en 2005 ont été créées après ce nouveau code et que plus de 35% ont été créées durant les cinq années (2000-2005)<sup>120</sup>

Les dispositions relatives au développement des investissements sont renforcées en 2001 et une nouvelle loi d'orientation sur la PME dans le sens de promotion de l'entrepreneuriat.

La croissance des entreprises privées connaît une évolution positive d'une année à une autre. Les créations sont de plus en plus nombreuses ; le nombre de créations des PME privées

<sup>119</sup> Une personne physique signifie qu'un titulaire exerce personnellement une activité sans recourir à une tierce personne.

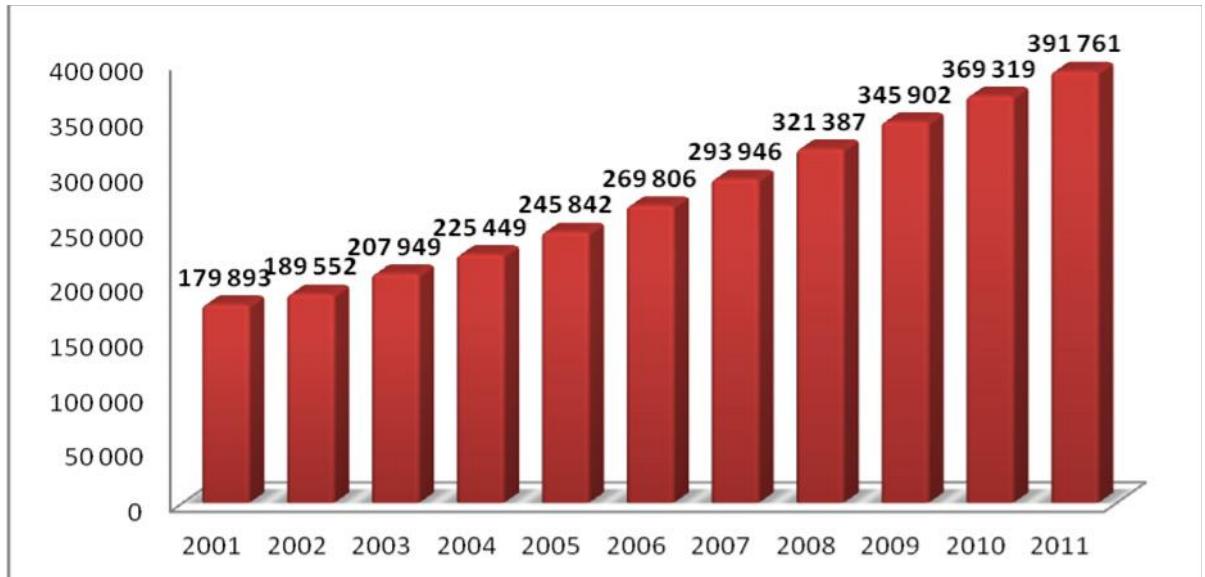
<sup>120</sup> ASSALA Khalil, « PME en Algérie, de la création à la mondialisation », 8<sup>e</sup> CIFEPME, communication dans le colloque international « l'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales », 25,26 et 27 Octobre 2006, p2.



était largement inférieur à 1000 avant 1990 et atteint 100 000 entreprises en 2000 et a continué son augmentation pour dépasser les 300 000 entreprises en 2008<sup>121</sup>.

Durant l'année 2011, il ya eu une évolution de 22 442 nouvelle PME par rapport à l'année 2010 soit une augmentation de 6,5%

**Figure n°2 : Evolution de la population des PME privées depuis 2001 :**



**Source :** réalisée par nous à partir des données de ministère de PME

Le figure ci-dessus illustre une évolution de la population des PME privées depuis 2001, cette hausse est reliée d'une part à la forte augmentation du nombre de créateurs aidés dû à l'encouragement de l'investissement. Et d'autre part à la dissolution de quelques entreprises publiques (processus de privatisation) sous forme de PME privées.

L'examen de la structure de la population des PME selon le nombre de salariés déclarés, met en évidence la dominance de la très petite entreprise (TPE) employant moins de 10 salariés. L'évolution des PME privées durant l'année 2011 est de 22 442 PME dont la TPE est majoritaire avec 21 461 entreprises privées soit 95,63, dont 13 504 PME<sup>122</sup> représentent le secteur des services.

<sup>121</sup> Mme Benyahia-TAIBI, Mme Djemane- SEGUINI, « l'évolution du rôle des PME privées dans le développement économique en Algérie : synthèse macroéconomique », 2008, p12.

<sup>122</sup> Bulletin d'information statistique de la PME, n°20, 2011, direction générale de la veille stratégique, des études économiques et des statistiques

### **I.5. La place des PME privées dans le tissu économique :**

La PME constitue un élément essentiel et réel de la dynamique du développement, la création d'entreprises constitue le moteur du renouvellement du tissu économique, de la création d'emplois, de la stimulation de l'esprit d'entreprise, de la créativité et de l'innovation locale.

#### **I.5.1. Le rôle des PME dans la création d'emplois :**

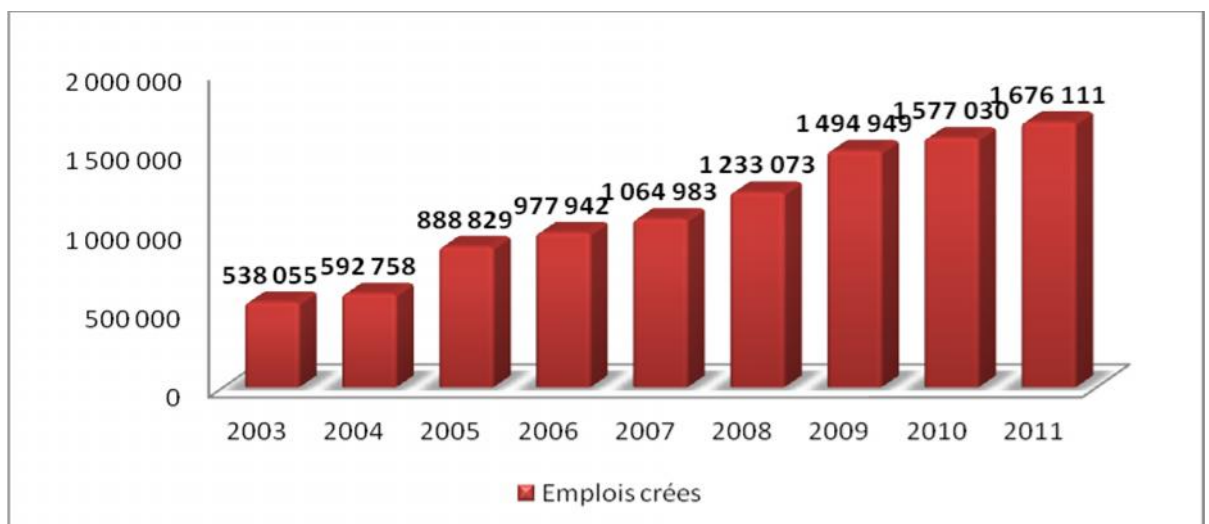
Selon l'OCDE : « les PME jouent un rôle important dans la promotion d'une croissance économique viable à la création d'emplois, tout en contribuant au capital social, culturel et environnemental des nations ».

D'après le ministère de la PME et de promotion des investissements, la PME a réalisé des progrès importants ces dernières années. En termes de création d'emplois, en 2004 la PME privée offre 592 758 emplois pour atteindre 1 577 030 emplois à la fin de l'année 2010.

L'emploi cumulé dans les PME privées, à la fin 2011 est de 1 676 111 individus, le chiffre inclut les employeurs avec 658 737 personnes et les salariés avec un nombre de 1 017 374 personnes.

On note que l'emploi dans les PME privées a évolué de 6,28%.

**Figure n° 3: Evolution de l'emploi créés depuis 2003**



Source : réalisée par nous à partir des données de ministère de la PME.

La figure montre qu'il y a une augmentation de l'emploi créés depuis 2003.

Entre 2003 et 2011, les effectifs des PME privées sont accrus, soit une évolution de 1 138 056 emplois. Cela nous permet de dire que les PME privées contribuent à la création d'emplois et à la réduction du taux de chômage. En effet, ce dernier a chuté d'une manière continue pour atteindre 10% à la fin d'année 2011.

### **I.5.2. Part des PME dans la croissance économique :**

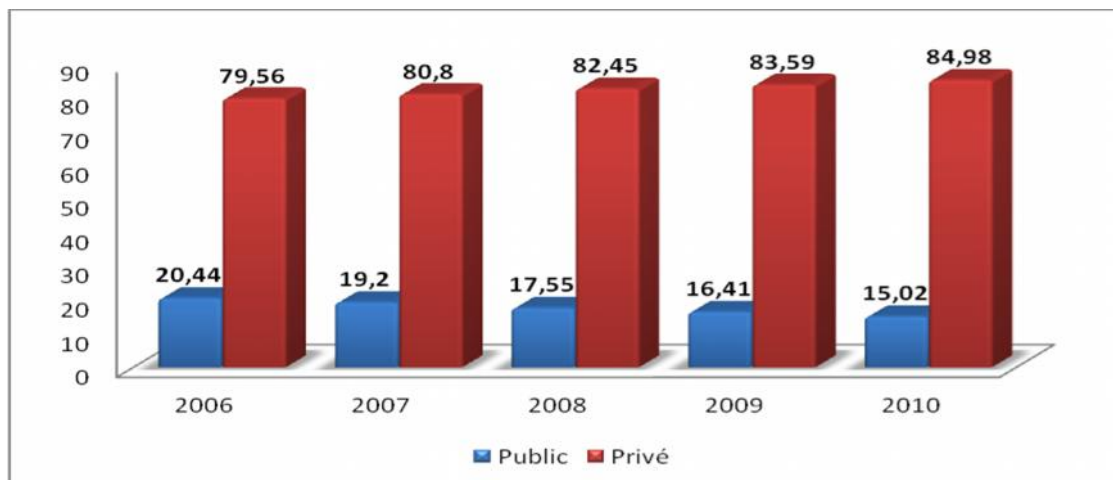
L'économie algérienne a subi une profonde reconfiguration où le secteur privé est devenu l'acteur économique principal.

#### **➤ Evolution du PIB par secteur juridique :**

La part de celui ci dans le PIB hors hydrocarbures a atteint 4681.68 milliards de Dinars en 2010 soit 84,98% du PIB total.

La part des opérateurs publics dans la création de richesse diminue d'une année à une autre de façon constante. Elle a atteint en 2010 seulement 15,02% du total du PIB. Par contre, le secteur privé prend de plus en plus de poids, sa contribution et en croissance continue grâce à l'initiative de l'Etat et l'encouragement portés vers ce secteur. Le tableau et la figure récapitulent l'évolution du PIB hors hydrocarbures, respectivement, en pourcentage et en valeur par secteur juridique depuis 2006.

**Figure N°4 : L'évolution du PIB en pourcentage (%) par secteur depuis 2005**



**Source :** réalisé par nous à partir des données du ministère de PME (bulletin d'information n°20)

➤ **Evolution de la valeur ajoutée (VA) :**

D'après les chiffres présentés dans le tableau précédent, la part du secteur privé dans le PIB est en évolution continue par rapport à celle du secteur public.

Un autre indice reflétant la croissance économique est celui de la valeur ajoutée (VA). Le tableau n° 1 présente la valeur ajoutée des secteurs privés et public dans quelques secteurs d'activités.

Les chiffres présentés montrent que le secteur privé domine l'activité économique en Algérie dans les différents secteurs d'activités : agriculture, BTPH, industrie et surtout en ce qui concerne l'agroalimentaire, commerce et services. A titre d'exemple, la part de la valeur ajoutée du secteur privé dans l'agriculture est de 99,70% pour l'année 2010.

**Tableau n° 1: Evolution de la valeur ajoutée (2006-2010) :**

(Valeur ajoutée en Mds de DA)

Secteurs juridiques	2006		2007		2008		2009		2010	
	VA	%	VA	%	VA	%	VA	%	VA	%
<b>Agriculture</b>										
Privé	638,63	99,59	701,03	99,55	708,17	99,5	924,99	99,85	1012,11	99,70
Public	2,65	0,41	3,16	0,45	3,58	0,5	1,38	0,15	3,08	0,30
<b>Total</b>	<b>641,29</b>	<b>100</b>	<b>704,19</b>	<b>100</b>	<b>711,75</b>	<b>100</b>	<b>926,37</b>	<b>100</b>	<b>1015,19</b>	<b>100</b>
<b>BTPH</b>										
Privé	489,37	80,22	593,09	80,94	754,02	86,67	871,08	87,1	1058,16	98,73
Public	120,7	19,78	139,62	19,05	115,97	13,33	128,97	12,9	13,59	1,27
<b>Total</b>	<b>610,07</b>	<b>100</b>	<b>732,71</b>	<b>100</b>	<b>869,99</b>	<b>100</b>	<b>1000,05</b>	<b>100</b>	<b>1071,75</b>	<b>100</b>
<b>Services</b>										
Privé	51,49	80,15	56,6	78,92	62,23	74,05	77,66	78,78	96,86	79,15
Public	12,75	19,85	15,11	21,07	21,81	25,95	20,92	21,22	25,51	20,85
<b>Total</b>	<b>64,24</b>	<b>100</b>	<b>71,71</b>	<b>100</b>	<b>84,04</b>	<b>100</b>	<b>98,58</b>	<b>100</b>	<b>122,37</b>	<b>100</b>
<b>Industrie agroalimentaire</b>										
Privé	121,3	83,07	127,98	84,12	139,92	85,23	161,55	86,14	169,95	86,03
Public	24,72	16,93	24,14	15,87	24,24	14,77	26	13,86	27,58	1,96
<b>Total</b>	<b>146,02</b>	<b>100</b>	<b>152,13</b>	<b>100</b>	<b>164,16</b>	<b>100</b>	<b>187,55</b>	<b>100</b>	<b>197,53</b>	<b>100</b>
<b>Commerce et distribution</b>										
Privé	685,45	94,11	776,82	93,25	935,83	93,228	1077,75	93,58	1204,02	94,10
Public	42,92	5,89	56,18	6,74	67,37	6,72	73,88	6,42	75,45	5,90
<b>Total</b>	<b>728,37</b>	<b>100</b>	<b>833</b>	<b>100</b>	<b>1003,2</b>	<b>100</b>	<b>1151,62</b>	<b>100</b>	<b>1279,47</b>	<b>100</b>

Source : Bulletin d'information statistique de la PME, n°20

En comparant la valeur ajoutée présentée par chaque secteur d'activité, nous constatons toujours que le secteur de commerce dispose une valeur ajoutée plus élevée par rapport aux autres. Cette augmentation est due à la croissance continue du nombre des entreprises exerçant dans ce secteur ces dernières années. La plupart des entrepreneurs algériens se dirigent vers ce secteur (le plus attractive) peut être cela est due à la simplicité et la facilité de s'introduire dans ce secteur parce qu'il ne nécessite pas un financement initial énorme et rapporte des gains à court terme. (Hypothèse à vérifier).

### **I.5.3. PME algérienne et le commerce extérieur :**

Malgré les discours des pouvoirs publics, les exportations hors hydrocarbures restent faibles. Cette faiblesse dans les exportations hors hydrocarbures a été expliquée par l'absence d'une stratégie d'exportation et l'orientation des systèmes productifs industriels algériens vers la satisfaction du marché intérieur.

Le commerce extérieur algérien a enregistré au cours de l'année 2011 :

- Un volume des importations de 46,45 Mds de dollars US, soit une augmentation de 14,78% par rapport aux résultats de 2010.
- Un volume global des exportations de 73,39Mds de dollars US, en augmentation de 28,63% par rapport aux résultats de 2010.

Cette tendance à la hausse plus importante pour les exportations s'est répercutée sur l'excédent de la balance commerciale qui est passé de 16,58 Mds de dollars US en 2010 à plus de 26,93 Mds de dollars US durant 2011.

**Tableau n°2 : Evolution de la balance commerciale de l'Algérie (2010-2011)**

(Valeurs en million de Dollars US)

	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>Evolution en %</b>
Importations	40 472	46 453	14,78%
Exportations	57 053	73 390	28,63%
<b>Balance Commerciale</b>	<b>16 581</b>	<b>26 937</b>	

Source : Bulletin d'information statistique de la PME, N°20

La répartition des importations par groupe de produits au cours de 2011 fait ressortir une augmentation pour l'ensemble des groupes de produits par rapport à 2010. En effet, les hausses ont concerné les biens alimentaires avec plus de 61% suivies des biens de consommation non alimentaires avec 24,57% et les biens destinés à l'outil de production avec

7%. Quant aux biens d'équipements, ils ont enregistré une stabilisation autour de 16 Mds de dollars US durant cette même période considérée.

Les exportations algériennes à l'étranger sont représentées essentiellement par les hydrocarbures, avec une part de plus de 97% du volume global des exportations durant l'année 2011 et une hausse de plus de 28% par rapport à 2010.

Les exportations hors hydrocarbures, restent toujours marginales avec seulement 2,93% du volume global des exportations soit l'équivalent de 2,15 milliards de dollars US, ont enregistré une augmentation de l'ordre de 41% par rapport à 2010.

Les groupes de produits exportés en dehors des hydrocarbures sont constitués par des demi-produits qui représentent une part de 2.15% du volume global des exportations (soit l'équivalent de 1,58 milliard de dollars US), des biens alimentaires avec une part de 0,49% (soit 356 millions de dollars US), des produits brut avec une part de 0,22% (soit 160 millions de dollars US) et enfin des biens d'équipements industriels et des biens de consommations non alimentaires avec les parts respectives de 0,05% et 0,02%<sup>123</sup>.

### **I.5.3. Les PME algériennes et l'innovation :**

L'innovation est vue comme le résultat d'un processus dont sa mise en œuvre nécessite la conjugaison d'un ensemble de facteurs à savoir la R&D, les compétences internes, les interactions et les échanges entre les acteurs de l'innovation. Le service de développement de l'innovation est une source principale du changement, il permet à l'entreprise d'apporter la nouveauté sur le marché, en proposant de nouveaux produits, des produits améliorés...etc.

En l'absence de statistiques qui concernent l'innovation en Algérie, en prenant comme indicateur la demande de brevets d'invention qui sont en nombre de 806 dépôts, dont 90,4% sont d'origine étrangère (non-résidents), les 9,6% restantes concernent des entreprises nationales. L'Institut National Algérien de la Propriété Industrielle (INAPI)<sup>124</sup> a enregistré 1076 inventions protégées par des brevets en 2010.

---

<sup>123</sup> Bulletin d'information statistique de la PME, n°20, 2011, direction générale de la veille stratégique, des études économiques et des statistiques.

<sup>124</sup> Placé sous la tutelle du Ministère de l'Industrie de la petite et moyenne entreprise et de la promotion de l'investissement a pour mission d'encourager le recours à la propriété industrielle afin de favoriser la croissance par l'innovation,

D'après une enquête qui a été faite par R.Y.BOUACIDA et B.HOUDEVILLE (2006)<sup>125</sup> sur l'innovation dans les petites et moyennes entreprises algériennes en 2004. Ils ont constaté que l'innovation dans les PME est faible, cela s'explique par la concentration de celles-ci dans des secteurs d'activités à faible valeur ajoutée. Elles se focalisent dans la production de biens de consommation afin de satisfaire la demande locale, sans se soucier de l'amélioration de la qualité des produits commercialisés à cause de l'absence de la concurrence des entreprises étrangères. Donc, ils ont conclu que le langage «innovation-compétitivité» est absent chez les entrepreneurs algériens.

Peu d'entreprises ont donné une importance aux services de la recherche et développement c'est-à-dire qu'elles disposent d'un service qui s'occupe de la recherche, de l'amélioration et de contrôle de la qualité. Elles pratiquent aussi une certaine diversification dans les modes d'acquisition et de renouvellement des technologies, exemples : contrat de partenariat pour Danone/Djurdjura; contrat de franchise pour Tchik lait /Candia.

Selon l'enquête qui a été faite au niveau de la wilaya de Bejaia (2005), ils ont pu confirmer que les entreprises privées font preuve de plus de dynamisme en matière d'activité d'innovation. Cet effort se concentre dans les activités ou les programmes d'investissement renouvellement et de démarche de certification. Nous avons pris ces quelques cas d'innovation dans les entreprises privées:

**Tableau n°3 : Cas d'innovation auprès de la wilaya de Bejaia<sup>126</sup>**

<b>Entreprises</b>	<b>Innovation produit</b>	<b>Innovation processus</b>	<b>Innovation organisationnelle</b>	<b>Objectif de l'innovation</b>
<b>Tchin lait/ Candia (209 salariés)</b>	- Amélioration de la formule de préparation ;  -Introduction du bouchon sur les bricks de produits frais, pour plus de praticité	-Amélioration du temps de traitement (maturation)	-Initiation de la démarche de certification	Faire mieux Faire différemment Élargir la gamme de produits Faire moins cher Faire ensemble

<sup>125</sup> BOUACIDA. R.Y et. HOUEDEVILLE.B, « Les relations entre activités technologiques, innovation et croissance dans les PME algériennes : une étude empirique basé sur un échantillon d'entreprises », 2006, Universités Paul Cézanne-Aix Marseille III, p09.

<sup>126</sup> Enquête de. MEGHERBI.K, ARABI.M, «Les pratiques d'innovation et leurs implication socio organisationnelles. Cas des PME de la région de BEJEIA », 2005.

**Chapitre III: La dynamique entrepreneuriale en Algérie**

<b>AB cuisine plus (61 salariés)</b>	-Utilisation de nouveaux matériaux tel que les panneaux à particules mélaminées ; -Amélioration des produits existant ; -Conception de nouveaux produits (machine à sous) -Introduction de nouveaux produits de finition et accessoires	-Introduction d'une nouvelle Technique d'assemblage qui est le soudage et le collage par électrodes	-Création de postes fixes ; -Intégration de main d'œuvre Féminine pour certaines tâches de finition	Faire mieux Faire différemment
<b>DANONE DJURDJURA</b>	Innovation-adaptation des produits	Remplacement du tableau de pontage à intervention manuel par un dispositif automatique qui permet le contrôle à partir d'un PC	- Introduction d'un système informatisé qui permet de dispatcher l'information à tous les niveaux et en temps réel. - Mise en œuvre d'une méthode de travail par équipe.	
<b>LAITERIE SOUMAM</b>	-Élargissement de la gamme de produit (introduction de nouveaux produits tels que « CEREALO ») - Amélioration des produits existant -Innovation-imitation cas du yaourt « Liégeois »	-Adaptation et modification des processus en fonction des paramètres de produits - Installation d'un système de production de frigo en continu et à base d'ammoniac - Mise en place d'un nouveau système de nettoyage en place (NEP) par des automates programmables	-Mise en place d'une structure marketing et d'une structure de gestion des ressources humaines Initiation de la démarche de certification	

Plusieurs obstacles entravent le développement des projets d'innovation dans les PME. La plupart des entreprises de petite taille ont des ressources financières limitées et trouvent des difficultés pour octroyer des crédits auprès des banques. De plus, les compétences internes des PME algériennes (chercheurs, techniciens, agent de production et de commercialisation, etc.) sont faibles. Les chefs d'entreprises mentionnent aussi, que l'État ne fait pas assez d'efforts en matière d'accompagnement, d'appui et de facilitation d'accès à l'information pertinente (technique et commerciale, etc.) pour stimuler l'innovation. Ainsi, il y a absence d'un système algérien de soutien à l'innovation pour les petites et moyennes entreprises.



### **I.6. Les caractéristiques générales de la PME privée algérienne :**

La PME privée algérienne recouvre des réalités très différentes. Le secteur présente un certain nombre de caractéristiques<sup>127</sup> communes:

- malgré leur croissance rapide et soutenue en termes de créations nouvelles, les PME privées algériennes se heurtent, dans leur très grande majorité, à des difficultés de survie dues à diverses raisons endogènes et exogènes ;
- elles présentent une caractéristique sociologique forte et largement répandue, celle d'être des entreprises familiales dotées de statuts juridiques favorisant l'Entreprise individuelle, l'EURL, et dans une moindre mesure, la SARL. Quant à la SPA, elle demeure très peu répandue, quoique l'on note depuis quelques années une progression de ce statut juridique ;
- leur gestion reste soumise à un modèle familial : le propriétaire unique ou principal, entouré de personnels recrutés dans le sein familial, assure lui-même la gestion et concentre entre ses mains la quasi-totalité du pouvoir décisionnel, des responsabilités et des avantages. La maîtrise des méthodes modernes de management demeure insuffisante et le recours au conseil et à l'expertise extérieurs ne s'effectue que très exceptionnellement.

### **I.7. Les contraintes face auxquelles se trouvent confrontées les PME algériennes :**

Le nombre de PME demeure insuffisant en Algérie malgré les efforts consentis par les pouvoirs publics afin de créer un environnement favorable à l'expansion de celles-ci. A titre de comparaison, le Maroc possède plus de 1,2 millions de PME, la France compte environ 3 millions de PME, l'Italie 4 millions et les Etats-Unis plus de 20 millions, tandis que certains pays, comme l'Allemagne, la Belgique, la Turquie ou la Tunisie fondent leurs systèmes de production et leur commerce extérieur sur la prédominance des PME, ce qui n'est pas le cas de l'Algérie.

Les PME algériennes confrontent énormément d'obstacles qui handicapent leur création, expansion et développement, « l'environnement économique et social reste fortement marqué par une lourde bureaucratie sans cesse dénoncée par tous les acteurs économiques et sociaux. Les contraintes restent importantes et une faible partie des projets de

---

<sup>127</sup> <http://www.algeriacorporategovernance.org/pme-prive.php>

création d'entreprises arrive à se concrétiser sur le terrain »<sup>128</sup>. Les principales contraintes sont de plusieurs ordres, parmi elles, nous identifions :

\_ **La contrainte du financement** : les PME algériennes souffrent des difficultés rencontrées au niveau des banques pour le financement de leurs projets ; le taux d'intérêt pratiqué par les banques algériennes est assez élevé pour motiver les investisseurs. Cet obstacle est maintenu par le poids des garanties demandées et l'apport personnel exigé par les banques qui jouent un rôle important dans le blocage du processus de création d'entreprises.

\_ **La contrainte d'ordre administratif** : la complexité et la lenteur des procédures nécessaire pour la préparation des dossiers de demande, soit de crédit, soit d'autorisation d'exercer ou même de contrat de bail,... découragent l'initiative privée et limitent, la volonté des entrepreneurs débutants. Ces derniers finissent par se trouver devant une multiplicité des pièces à fournir et dont la préparation ou l'obtention suppose aussi la sollicitation auprès d'une autre administration publique, ce qui les amène dans un cercle vicieux sans issue.

Ces difficultés sont accentuées par le manque de transparence ou l'inexistence d'informations entre les différents partenaires qui, sont intégrés dans le processus de création d'entreprises: le promoteur, l'ANSEJ, l'ANDI, la banque, la caisse ou le fonds de garantie.

\_ **La contrainte du foncier** : La question du foncier industriel en Algérie demeure l'un des grands handicaps auxquels font face les investissements. Le problème réside dans la multitude d'organisations et d'institutions qui régissent le foncier sans qu'il y ait un réel pouvoir de décision (il s'agit de l'ANDI, agence foncière locale et le guichet unique). D'après une étude faite par l'Agence Nationale de l'Aménagement Territorial (ANAT) en 2001<sup>129</sup>, sur 4211 lots de terrains distribués pour le développement des zones industrielles, 3233 soit 76,77 sont non réglés juridiquement, ce qui crée un vrai problème d'accès au financement auprès des banques qui exigent l'acte de propriété pour l'octroi de crédit.

---

<sup>128</sup> BOUYAKOUB.A, « la PME, dynamisme économique et territorial », colloque international sur la gouvernance et développement de la PME organisé les 23,24 et 25 juin 2003.

<sup>129</sup> NASROUN.N, « Dynamique entrepreneuriale des PME dans la wilaya de Bejaia », mémoire de magister, Bejaia, 2011, p88.

## **SECTION II : LA PME PRIVEE DANS LA WILAYA D'ORAN**

Dans cette section nous allons présenter la région qui sert à l'étude de cas et nous essaierons de déceler les atouts et les potentialités de la région ; en présentant un état des lieux sur la dynamique entrepreneuriale de la wilaya d'Oran sous un angle statistique à travers une présentation et analyse de données statistiques recueillies auprès des différents organismes locaux (Direction de la Petite et Moyenne entreprise, DPAT, ONS...).

### **II.1. Présentation de la population des PME dans la wilaya d'Oran :**

La wilaya d'Oran connaît une évolution de la dynamique entrepreneuriale qui découle de sa position géographique favorable à l'investissement et la disponibilité des infrastructures de base dont l'activité économique a besoin (transport, électricité et gaz, poste et télécommunication).

Elle occupe une place importante au niveau national en matière d'investissement et création d'entreprise par rapport aux autres wilayas. Les chiffres<sup>130</sup> montrent que la wilaya d'Oran occupe la troisième position concernant le nombre des PME après Alger et Tizi-Ouzou. Elle compte à la fin de l'année 2011, 19 518<sup>131</sup> PME

#### **II.1.1. Les composantes du secteur de la PME d'Oran :**

Les principales composantes du secteur de la PME sont :

➤ ***Les PME privées :***

Le nombre de PME privée dans la wilaya d'Oran au 31/12/2011 s'élève à 18 752 entreprises soit 96% du nombre total des PME d'Oran (hors secteur artisanal). L'évolution du tissu des PME est due à l'initiative privée par l'engagement des pouvoirs publics dans la sphère économique après le code des investissements de 1993 qui a favorisé la liberté d'investissement. Depuis cette date le nombre de PME privée ne cesse d'augmenter et touche tous les secteurs d'activités.

---

<sup>130</sup> Bulletin d'information statistique de la PME 2010

<sup>131</sup> Selon la direction des petites et moyennes entreprises de la wilaya d'Oran.

➤ *Les PME publiques :*

Les PME publiques représentent une part faible par rapport aux entreprises privées. En 2011 le nombre des PME privées atteint 766 entreprises soit 4% de l'ensemble des PME (hors secteur artisanal). En 2009, le nombre des PME publiques était 266 entreprises. Ce chiffre a augmenté et atteint 470 entreprises en 2010. On constate une diminution du nombre des PME publiques entre 2010 et 2011, cette baisse s'explique par la liquidation des PME du secteur public non productives pour laisser la place à l'initiative privée<sup>132</sup>.

➤ *Activités artisanales :*

Les activités artisanales déclarées auprès de la Chambre de l'Artisanat et des Métiers<sup>133</sup> (CAM) de la wilaya d'Oran la fin d'année 2010 s'élève à 8366 contre 7831 activités en 2009.

### **II.1.2. Evolution de la population des PME privées à Oran :**

La croissance des entreprises privées connaît une évolution positive d'une année à une autre. Les créations sont de plus en plus nombreuses.

En 2007, le nombre de PME privée était 14 080 entreprises. Ce chiffre a augmenté en 2008, pour atteindre 14 965 entreprises soit une évolution de 6,28%. En 2009 le nombre est de 16 204 entreprises soit une croissance de 8,28% par rapport à l'année précédente, en 2010, le nombre de PME privée était de 17 323 entreprises. Ce chiffre a augmenté pour atteindre 18.752 entreprises en 2011.

Cette croissance s'explique par l'importance accordée ces dernières années à l'initiative des pouvoirs publics par les dispositifs relatifs au développement des investissements et la loi d'orientation et de promotion des PME favorisant la création des entreprises privées.

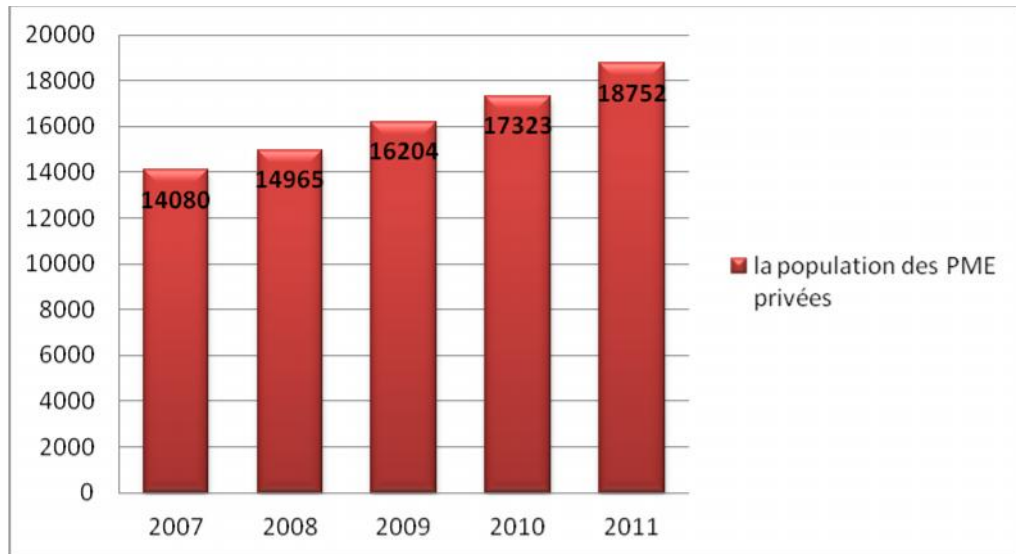
La figure suivante illustre l'évolution de la population des PME privées les cinq dernières années (2007-2011).

---

<sup>132</sup> Cette hypothèse reste à vérifier.

<sup>133</sup> Bulletin économique N°8 du DPME

**Figure N°5 : L'évolution de la population des PME privées de la wilaya d'Oran**



Source : réalisé par nous à partir des données de la DPMEA de la wilaya d'Oran

### **II.1.3. Répartition des PME privées de la wilaya d'Oran :**

Nous allons présenter les secteurs d'activités dominants dans la wilaya d'Oran ainsi que la forme juridique des entreprises et par la suite nous passerons à la répartition spatiale des PME dans la wilaya.

#### ***II.1.3.1. La répartition par secteurs d'activités :***

La classification par secteur reflète une importante concentration des PME au niveau du secteur tertiaire avec 11 367 entreprises soit (60,6%) du total et au niveau secondaire qui regroupe 7 118 entreprises (38%), tandis qu'on note une faible part des entreprises exerçant dans le secteur primaire, soit (14%) qui regroupe les activités agricole et pêche.

La répartition des entreprises par secteur d'activité apparaissent en déséquilibre, la plupart des PME se concentrent dans le secteur du commerce avec 4 485 entreprises soit 23,92% du total des entreprises avec un taux de création d'emploi 4 296 (11,9%), puis le secteur de bâtiment et travaux publiques avec 4 402 entreprises soit 23,47% du total, le secteur crée 41,62% poste d'emplois (le secteurs de BTPH est en première place en terme de création d'emploi). En troisième position, nous trouvons le secteur des services avec 3 611 contenant 18 entreprises de services liées aux industries (eau et énergie, hydrocarbure, service et travaux pétroliers). Le secteur d'industrie occupe la quatrième place avec 2 716 entreprises

d'où la grande part du nombre d'emploi est celle du secteur agroalimentaire avec 957 entreprises.

**Tableau N° 4: Le nombre de PME privée par secteur d'activité fin d'année 2011**

Secteurs d'activités	Nombre de PME privée	%
Pêche et agriculture	267	1,42%
Industrie	2716	14%
BTPH	4402	23,47%
Service	3593	19,16%
Services liés aux industries	18	0,11%
Commerce	4485	23,92%
Hôtellerie et restauration	1122	5,98%
Transport et communication	2149	11,46%
<b>Total</b>	<b>18752</b>	<b>100%</b>

Source : tableau élaboré par nos soins (base de données DPME)

Le tableau ci dessus contient des secteurs d'activités abrégés, la liste suivante comporte les secteurs détaillés.

- **Industrie** : mines et carrière, sidérurgie et métallurgie, matériaux de construction, chimie et plastique, industrie agroalimentaire, industrie du textile, industrie du cuire, industrie du bois et papiers.
- **Services** : services fournis aux entreprises, services fournies aux ménages, établissement financiers, affaires immobilières, services pour collectivité.
- **Services liés aux industries** : eau et énergie, hydrocarbures, services et travaux pétroliers.

L'augmentation des créations d'entreprises privées est plus particulièrement le fait de l'évolution de trois secteurs très dynamiques ces dernières années : commerce avec un taux de **23,92%** concrétisant généralement par les entreprises individuelles surtout après les aides et le soutien des pouvoirs publics, les jeunes promoteurs se dirige vers le commerce. Suivi par le secteur de bâtiments et travaux publics avec **23,47%** du total des PME de la wilaya d'Oran qui reste dynamique.

Cette dynamique est expliquée, par BOUYACOUB<sup>134</sup>, par le fait que le marché des BTPH est énorme (l'engagement de l'Etat dans le programme de 1 million de logement, de l'autoroute est/ouest et plein d'autres projets), ajoutant à cela, le fait que les taux de profit dans ce secteur sont très élevés. Le secteur des services occupent la troisième place selon les données de la direction des PME d'Oran pur l'année 2011 avec un taux de **19,16%**.

Le secteur industriel ne représente que 14% du total parce qu'il a besoin des fonds de financement énormes et les entrepreneurs ont toujours une contrainte financières<sup>135</sup>

Pour le secteur d'agriculture reste un secteur faible avec 1,42% par rapport à la totalité, malgré que l'Etat a mobilisé 1000 milliard de dinars à travers le plan quinquennal 2010-2014 pour le redressement et la mécanisation du secteur et améliorer le taux de production agricole et croître la production nationale ; mais les entrepreneurs algériens ne se dirigent pas vers ce secteur une question qui est toujours posée.

#### ***II.1.3.2. La répartition par tranche d'effectif :***

Les 18 752 entreprises privées recensées auprès de la wilaya d'Oran pour l'année 2011, sont réparties en trois catégories : Celle qui comprend entre 1 à 9 salariés dite (très petite entreprise), de 10 à 49 (petite entreprise) et pour la moyenne entreprise, elle comporte de 50 à 250 salariés.

Pour la moyenne entreprise, le nombre s'élève à 285 entreprises dans les différents secteurs, quant à la petite entreprise, le chiffre est de 1 149 entreprises privées.

Au niveau de la wilaya d'Oran, la très petite entreprise (TPE) ou la micro entreprise est la plus dominante et la plus choisie par les créateurs d'entreprises oranais avec 17 318 entreprises soit 92,4% du total. Cette situation est justifiée à raison des capitaux financiers et matériels limités détenus par les créateurs, et surtout après la mise en place des dispositifs de soutien et de création réalisés par les différents organismes tels : ANSEJ, CNAC, ANGEM, ANDI, ....etc.

---

<sup>134</sup> BOUYAKOUB.A, « Les PME en Algérie : Dynamisme et limites institutionnelles » dans Bouyakoub, Madoui et alii, « De la gouvernance PME\PMI », regard croisés France Algérie, l'Harmattan, Paris 2006, P 119

**Tableau N°5 : Le nombre de PME privée par tranche d'effectif fin d'année 2011**

PME privée	Nombre de PME privée	%
De 1 à 9 salariés	17318	92,35%
De 10 à 49 salariés	1149	6,13%
De 50 à 250 salariés	285	1,52%
<b>Total</b>	<b>18 752</b>	<b>100%</b>

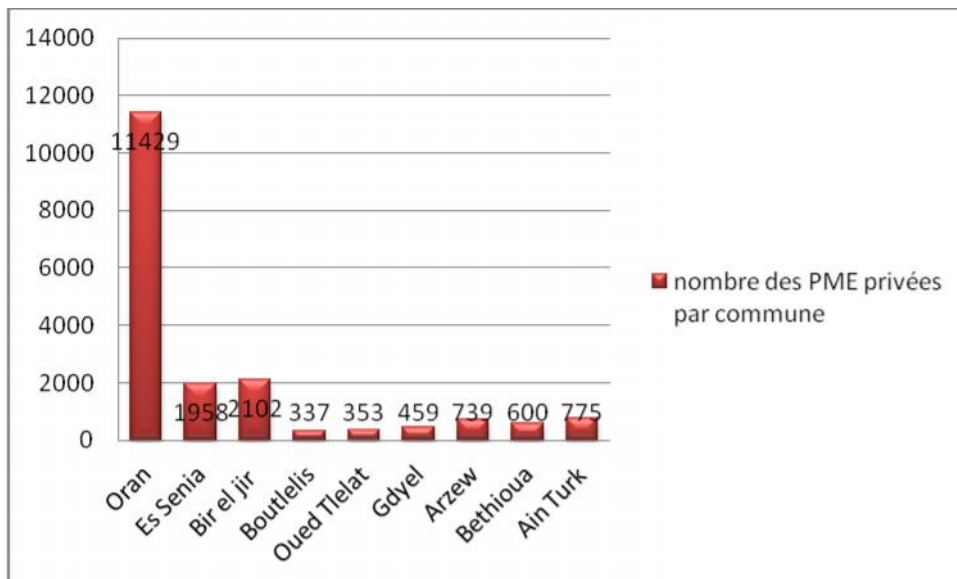
Source : tableau élaboré par nos soins (base de donnée DPME)

**II.1.3.3. La répartition spatiale des PME privées :**

Les entreprises de la wilaya d'Oran se répartissent inégalement sur son territoire, certaines communes sont caractérisées par une concentration accrue des entreprises alors que d'autres comptent un nombre d'entreprises très faible.

La figure suivante montre cette répartition spatiale des PME dans la wilaya d'Oran pour l'année 2011 :

**Figure N°6 : la répartition spatiale des PME privées pour l'année 2011**



Source : réalisé par nous à partir des données de la DPMEA de la wilaya d'Oran

La commune d'Oran, chef lieu de la wilaya compte à elle seule 11 429 entreprises, soit 60,9% du nombre total des entreprises. La deuxième place est pour la daïra de Bir El Djir par 2 102 entreprises soit (11,2%) conte tenu les communes suivantes (Bir El Djir avec 1 695

<sup>135</sup> Cité dans la section précédente (contrainte de création)



PME, Hassi Bounif 336 et Hassi Ben Okba 71 entreprises). Pour Es Senia, le nombre s'élève à 1 958 entreprises (10,4%). Les 17% restante sont réparties comme suite : Boutlelis 1,8% avec 337 entreprises, Oued Tlelat avec 353 entreprises, 4,13% pour Ain Turk, Arzew 3,94%, Bethioua (3,2%) et Gdyl 2,45%.

Nous pouvons conclure que l'activité entrepreneuriale est caractérisée par une disparité entre les différentes communes de la wilaya. Cette situation peut être expliquée par le degré de concentration de la population dans chaque commune.

Le taux d'entrepreneuriat est plus élevé dans le centre urbain d'Oran grâce à la disponibilité de facteurs favorables à l'entrepreneuriat (proximité des services d'aide et de soutien à la création d'entreprises, disponibilité du foncier industriel, infrastructures de base importante).

De plus, la plupart des PME privées font partie des secteurs du commerce et services qui nécessite leur présence dans le centre urbain d'Oran et non pas dans les zones industriels (occupées généralement par les entreprises du secteur industriel).

## **II.2. Les PME et les dispositifs d'appui :**

Dans le cadre de développement et de promotion de PME plusieurs organisations d'accompagnement ont été créées pour soutenir et aider l'entreprise dans sa création et son développement, tels que : ANDI, ANSEJ, ANGEM, CNAC...etc.). Ces organismes ont la capacité et le savoir faire pour lancer les projets de création d'entreprise.

Toute forme d'accompagnement vise à former la personne à partir de ses besoins professionnels pour le développement de son potentiel et son savoir faire.

### **II.2.1. L'agence nationale de développement de l'investissement (ANDI) :**

L'ANDI est l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement créée par le décret n°01-03 en Aout 2001, c'est un établissement public à caractère administratif (EPA), doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Elle est placée sous tutelle du ministère chargé de la promotion de l'investissement, une mission d'assistance, une participation à la gestion foncière économique, la gestion des avantages et une mission générale de suivi<sup>136</sup>.

---

<sup>136</sup> <http://www.andi.dz/fr/>

L'ANDI a pour missions :

- ❖ Accueille, conseille et accompagne les investisseurs au niveau de ses structures centrales et régionales;
- ❖ Informe les investisseurs à travers notamment son site web, ses supports de promotion et ses divers points d'information à l'occasion d'événements économiques organisés en Algérie et à l'étranger;
- ❖ Formalise sur une base d'équité et dans des délais courts les avantages prévus par le dispositif d'encouragement;
- ❖ Veille à l'exécution concertée avec les différentes institutions concernées (Douanes, impôts etc.), des décisions d'encouragement à l'investissement;
- ❖ Contribue à la mise en œuvre des politiques et stratégies de développement, en synergie avec les secteurs économiques concernés.

Par le tableau n°6, nous présentons le nombre de projets réalisés dans le cadre de dispositif ANDI d'Oran, de l'année 2007 à l'année 2010. Les avantages présentés par l'ANDI justifient l'évolution du nombre des projets soutenu d'une année à une autre.

**Tableau n°6 : Le nombre de projets créés dans le cadre de dispositif de l'Andi d'Oran :**

<b>Année</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>Nombre de projets</b>	51	474	360	510

Source : tableau élaboré par nos soins (la direction de PME)

### **II.2.2. La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) :**

Créée par le décret exécutif 94-188 institue l'assurance chômage en faveur des salariés susceptibles de perdre leur emploi de façon involontaire et pour raison économique<sup>137</sup>. A pour mission essentielle d'assurer l'employé et l'employeur contre un risque économique aux incidences sociales. Pour ce faire, elle est chargée de tenir à jour le fichier des affiliés et d'assurer le recouvrement, le contrat et le contentieux du recouvrement des cotisations destinées au financement des prestations de l'assurance chômage.

<sup>137</sup> <http://www.entreprendre-mediterranee.com/pays/cnac.htm>

La fonction centrale d'assurance de la CNAC est étendue à une participation au développement de la création d'activités au profit des chômeurs dont elle a la charge.

Pour la CNAC, les candidats susceptibles d'y accéder à ce dispositif, sont des chômeurs porteurs de projet, âgés de 30 à 50 ans. Elle a pour mission d'accompagner le chômeur, ce dernier doit être inscrit au niveau de l'ANEM<sup>138</sup>, ce qui confirme son statut de chômeur, ensuite de prouver qu'il n'occupe aucun emploi rémunéré au moment où il demande cette aide ; de prouver qu'il dispose de n'importe quel savoir faire (qualification manuelle) et qu'il peut avoir un capital suffisant en vue de participer au financement même partiel de son projet. A cet effet le montant maximum prévu par le décret est de 10 000 000DA.

Le tableau n°7 montre le nombre de projets financés par la CNAC d'Oran et son évolution à partir de l'année 2007 jusqu'à l'année 2010 et par rapport aux différents secteurs d'activités. Nous pouvons clairement constater que le nombre de projets augmente d'une année à une autre, d'où le secteur le plus attractif est le secteur de transport avec 642 projets suivi du secteur des services avec 384 projets financés.

**Tableau n°7 : Le nombre de projet financé par la CNAC de la wilaya d'Oran:**

<b>SECTEUR D'ACTIVITE</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>TOTAL</b>
Agriculture	21	61	2	0	84
Service	141	96	87	61	385
Transport	41	152	159	290	642
Industrie	108	30	43	60	241
BTPH	42	35	14	21	112
Autres	4	86	2	16	108
<b>TOTAL</b>	<b>357</b>	<b>460</b>	<b>307</b>	<b>448</b>	<b>1572</b>

Source : la direction de PME (bulletin d'information n°2, n°4, n°6, n°8)

### **II.2.3. La pépinière de l'entreprise :**

La pépinière est une structure d'accompagnement des nouvelles entreprises dans leurs premières années d'existence. elle a pour objectif la sensibilisation des futurs porteurs d'idées sur le rôle et l'intérêt des pépinières par tout support de communication (séminaire, prospectus, journaux) dans une première étape, dans une deuxième étape Formation des porteurs d'idées sélectionnés au management d'entreprises suivant les cycles ci-dessous :

- Formation inhérente à la phase de maturation.

<sup>138</sup> L'année 2010 a enregistré la modification des conditions, la réduction d'inscription à l'ANEM, un (01) mois au lieu de six (06) mois

- Formation inhérente à la phase de création de l'entreprise.
- Formation liée à l'accompagnement durant les premières phases d'exploitation.
- Formation sur le monde des affaires et les différents partenariats.
- Formation aux nouvelles techniques de commerce (e-commerce).
- Formation à l'accès aux réseaux des pépinières (opération de réseautage).

Au niveau national, il existe quatre (04) pépinières d'entreprises au niveau de : Annaba, Oran, Ghardaïa et Bordj Bou Arreridj. Le nombre de projet<sup>139</sup> hébergés au niveau de la wilaya d'Oran est de 13 projets dont les entreprises créées sont de nombre de quatre (04), ces dernières créent 28 postes de travail.

Les activités des projets hébergés au niveau de la pépinière sont différentes : secteur des TIC, Service, Agro alimentaire, Fibres optiques et GPS, production de la signalétique, énergie et application solaire.

#### **II.2.4. Les centres de facilitations :**

C'est des structures d'accompagnement, d'encadrement et d'appui et d'orientation des investisseurs porteurs de projets.

Il existe 10 centres de facilitation opérationnels en Algérie au niveau des wilayas suivantes : Tipaza, Oran, Adrar, Bordj Bou Arreridj, Illizi, Tamanrasset, Naama, Tindouf, Djelfa. Le nombre total des porteurs de projet ayant visités les centres s'élève à 2721, dont le centre de facilitation d'Oran a plus de visiteurs 1150 visiteurs, soit 42% du total.

Le nombre total des projets accompagnés est de 742, dont le centre de facilitation d'Oran a réalisé le nombre le plus élevé avec 300, soit 40% du total. Le nombre d'entreprises créées s'élève à 109 entreprises (40 entreprises au niveau d'Oran), soit 15% des projets accompagnés.

Il est à noter que les projets accompagnés par les centres de facilitation relèvent de plusieurs secteurs tels que : les services, Bâtiment et Travaux Publics, Agriculture, Pêche, industrie textile, artisanat et métiers, bois....etc.

Le centre de facilitation d'Oran a réalisé plusieurs formations et séminaires durant l'année 2012, les principales sont récapitulées dans le tableau suivant :

---

<sup>139</sup> Bulletin d'information statistique de la PME, n°20, 2011, direction générale de la veille stratégique, des études économiques et des statistiques

**Tableau n°8 : les principales formations réalisées par le centre de facilitation :**

<b>Activités</b>	<b>Date et lieux</b>	<b>Observation</b>
Session régionale de formation Thème : « <b>comment élaborer un plan d'affaires</b> »	08 et 09/01/2012 à la MUNATEC	Organisée par la fondation Espagnole CIREM (dans le cadre du programme des CF et PEP tutelle MIPMEPI)
Formation « <b>théorie générale de l'entreprise</b> »	Le 13 Février 2012 Au C.F	Organisé par le centre de facilitation d'Oran
Séminaire organisé par l'ANIREF sur « <b>les zones industrielles et le développement local</b> »	Le 13/02/2012 à l'hôtel Phoenix	Séminaire à caractère régional pour expliqué le rôle des zones industrielles dans le développement local
Workshop du tourisme organisé par la direction du tourisme et de l'Artisanat	Le 06/03/2012 à l'Hôtel Phoenix	Pour promouvoir la destination Oran
02 sessions de formations thème : « <b>missions des dispositifs de soutien aux jeunes</b> »	Mars 2012 au CF	Organisé par le centre de facilitation d'Oran
Atelier de formation thème : « <b>modération</b> »	25 et 26/03/2012 à la Pépinière d'entreprise (maison de l'entreprise)	Organisé par la GIZ (dans le cadre du carrefour du jeune entrepreneur)
Deux sessions de formation thème : « <b>coaching</b> »	01 au 05 Avril 2012 Et 30/04 au 03/05/2012 à l'institut technologique du tourisme Es senia (Oran)	Organisé par la GIZ (dans le cadre du carrefour du jeune entrepreneur)
Atelier de formation à l'ISGP le thème : « <b>les fondamentaux de l'entreprise</b> »	Du 23 au 06/04/2012 à l'ISGP	Organisé par la fondation Espagnol CIREM (dans le cadre du programme des CF et PEP entre la coopération Espagnole et le ministère de tutelle MIPMEPI)
Formation en « <b>communication publique</b> » Alger	A l'hôtel Turquoise Ain Taya (Alger) du 23/04 au 03/05/2012	Organisé par la GIZ (dans le cadre du carrefour du jeune entrepreneur)

Source : Bulletin d'information statistique de DPME d'Oran, n°11

### **II.2.5. L'Agence Nationale de Soutien à l'emploi des Jeunes (ANSEJ) :**

Créé en 1996, chargée de mettre en œuvre des solutions pratiques pour lutter contre le chômage et de favoriser l'insertion économique dans le cadre de la dynamisation du secteur privé, l'ANSEJ est une agence gouvernementale d'aide à la création d'entreprises présente sur l'ensemble du territoire algérien. Les actions de l'Agence s'articulent autour des objectifs suivants :

- Favoriser la création d'activités de biens et services par de jeunes promoteurs.

- Encourager toutes formes d'actions et de mesures tendant à promouvoir l'emploi des jeunes.

Elle est chargée de l'information, sensibilisation et accompagnement, création d'emplois.

L'ANSEJ finance les micros entreprises créées par un ou plusieurs jeunes promoteurs. Seules les activités de productions de biens et de services sont éligibles (les activités commerciales sont exclues). Le montant maximum de l'investissement est de dix (10) millions de dinars<sup>140</sup>.

Les catégories de jeunes concernés par le dispositif doivent satisfaire à quatre conditions : être un chômeur ; être âgé de 19 à 35 ans et exceptionnellement à 40 ans si l'activité crée trois emplois rémunérés (y compris les associés) ; posséder une qualification et /ou un savoir faire certifié ; et qu'il fournit un apport personnel sous forme de fonds propres variables en fonction du montant de l'investissement projeté.

Le tableau suivant présente le nombre de projet financé par l'ANSEJ durant la période 2007-2011 par secteur d'activité :

**Tableau n° 9: Le nombre de projet financé par l'ANSEJ par année (2007-2011)**

Secteur d'activité	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL	%
Industrie	17	50	126	79	122	394	14,4%
Artisanat	6	51	102	115	133	407	14,9%
Agriculture	14	14	30	12	23	93	3,4%
BTPH	7	33	70	50	46	206	7,52%
Service	55	190	413	334	646	1638	59,8%
<b>TOTAL</b>	<b>99</b>	<b>338</b>	<b>741</b>	<b>590</b>	<b>970</b>	<b>2738</b>	<b>100%</b>

Source : la direction de PME (bulletin d'information n°2, n°4, n°6, n°8)

D'après le tableau n°9, le nombre total est de 2 738 projets financés par les promoteurs ANSEJ de la wilaya d'Oran. On constate que les projets sont issus des secteurs d'activité suivants :

- ✓ Le secteur des services avec un taux de 59,8%
- ✓ Les secteurs de l'artisanat et de l'industrie avec un taux estimé à 14,9% et 14,4% respectivement.

<sup>140</sup> ANSEJ, « guide de création de la micro entreprise ».

## II.2.6. L'Agence Nationale de Gestion des Micro Crédits (ANGEM) :

L'Agence Nationale de Gestion des Micro Crédits (ANGEM<sup>141</sup>) créée par le décret exécutif n°:04-14 du 22/01/2004, représente un outil de lutte contre le chômage, vise à favoriser l'auto emploi, le travail à domicile et les activités artisanales dans les zones urbaines et rurales, encourager l'émergence d'activités économiques et culturelles de production de biens et services génératrice de revenus dans les zones rurales, et développer l'esprit d'entreprenariat dans un souci d'intégration économique et sociale grâce à l'aide de l'accompagnement qui s'appuie sur le « compte sur soi ». Ses principales missions sont de gérer le dispositif du microcrédit conformément à la législation et la réglementation en vigueur.

Le tableau n°10 présente le nombre des dossiers déposés ainsi que le nombre des dossiers attestés éligibles auprès de l'ANGEM. D'après le tableau, nous constatons le nombre élevé des projets déposés surtout durant l'année 2011. Le nombre de porteurs de projets a considérablement augmenté à partir de l'année 2010, on attribue cette augmentation à la circulation de l'information et la connaissance accrue des porteurs de projet par le dispositif ANGEM.

**Tableau n°10 : Nombre de porteurs de projet pendant la période 2005-2011**

<b>Année de dépôts</b>	<b>Nombre de porteur de projet</b>	<b>%</b>	<b>Nombre de dossiers attestés</b>	<b>%</b>
2005	230	2,90%	229	3,07
2006	708	9%	618	8,28
2007	397	5,10%	397	5,32
2008	1006	12,80%	974	13
2009	977	12,50%	912	12,2
2010	1135	14,50%	991	13,3
2011	3386	43,20%	3343	44,8
<b>TOTAL</b>	<b>7839</b>	<b>100%</b>	<b>7464</b>	<b>100</b>

Source : tableau élaboré par nos soins (base de données ANGEM)

Le prêt sera versé pour ceux qui ont un projet attesté éligible par l'ANGEM. C'est clair d'après les chiffres présentés que la différence entre le nombre de dossiers déposés et ceux attestés éligibles n'est pas grande. Le refus des dossiers est, d'après le directeur de

<sup>141</sup> L'ANGEM est sous la tutelle du ministère de la solidarité nationale et de la famille

l'ANGEM, due soit au non conformité de l'activité voulue ou bien le dossier du porteur du projet est incomplet<sup>142</sup>.

L'accompagnement ANGEM comporte deux types de financement :

- Un crédit destiné pour les projets dont le coût : ne dépasse pas **1 000 000<sup>143</sup> DA**, au titre de la création d'activité par l'acquisition de petits matériels, matières premières de démarrage et au paiement des frais nécessaires au lancement de l'activité.
- Un prêt non rémunéré (PNR) c'est un prêt sans intérêt, au titre de l'achat de matières premières, dont le coût ne dépasse pas **100 000<sup>144</sup> DA**

Pour lui assigné le crédit, le porteur de projet doit être doté des caractéristique suivantes :

- Être âgé de 18 ans et plus;
- Etre sans revenus ou disposant de petits revenus instables et irréguliers;
- Disposer d'une qualification matérialisée par un diplôme, ou un titre équivalent reconnu ou bien, posséder un savoir faire prouvé en relation avec l'activité projetée;
- Ne pas avoir bénéficié d'une autre aide à la création d'activités;
- Mobiliser un apport personnel de 1% du coût global de l'activité, au titre de l'acquisition de petits matériels et matières premières de démarrage de l'activité ;

---

<sup>142</sup> La non-conformité de l'activité dépend du montant du projet, si ce dernier dépasse le montant autorisé par l'ANGEM, par un dinar il sera refusé.

<sup>143</sup> Son délai de remboursement peut aller jusqu'à 8 années avec un différé de : **1.** Trois (3) années pour le remboursement du principal du crédit bancaire ; **2.** Une (01) année pour le paiement des intérêts.

<sup>144</sup> Le délai de remboursable entre 24 et 36 mois.



## **Conclusion**

Les PME sont les entités économiques les plus faciles à créer, les plus dynamiques et potentiellement les unités qui réussissent le mieux à promouvoir le tissu économique. De part leur petite taille, les emplois que seront capables de créer et les faibles moyens que demande leur création, elles resteront, en effet, un parmi les moyens efficaces de développement économique. La création d'entreprises constitue le moteur du renouvellement du tissu économique, de la création d'emplois, de la stimulation de l'esprit d'entreprise, de la créativité et de l'innovation locale.

Les nouvelles créations d'entreprises sont enregistrées dans les communes qui abritent déjà le plus grand nombre de PME. En effet, les données statistiques montrent que le secteur de la PME en Algérie a fait, ces dernières années, une avancé considérable par rapport aux années précédentes. Mais comparativement aux pays développés, cette dynamique reste relativement faible. De plus, la wilaya d'Oran fait partie des trois premières wilayas du territoire national en matière de dynamique entrepreneuriale (en termes de présence et de création d'entreprises). Elle dispose d'un tissu industriel important où toutes les branches d'activités sont présentes. Au cours de ces dernières années, le secteur de la PME privée enregistre une évolution continue.

La commune d'Oran constitue un grand pôle d'attractivité pour les investisseurs privés, la commune dispose d'avantages économiques comparativement aux autres villes de la wilaya. Les infrastructures économiques de la région (réseau routier, port, aéroport, transport ferroviaire) et le développement du secteur des postes et télécommunication, entre autres, accroissent les opportunités d'investissement.

La dynamique entrepreneuriale au niveau de la wilaya d'Oran est influencée en grande partie ces dernières années par les différents dispositifs d'appui et d'aides à la création tels que : (ANSEJ, ANGEM, ANDI, pépinières, ...etc.), mise en place par l'état algérienne dont le but est d'encourager et faciliter l'entrée des jeunes au domaine entrepreneurial pour lutter contre le chômage par la création d'emplois pour les jeunes diplômés et aussi pour enrichir le tissu économique par la création des PME privées.

Pour mieux expliquer cette dynamique entrepreneuriale, nous allons étudier dans le dernier chapitre les déterminants de création de la PME pour l'entrepreneur algérien.

**CHAPITRE IV :  
ANALYSE DES RESULTATS DE  
L'ENQUETE PORTANT SUR LES  
DETERMINANTS DE CREATION DE LA  
PME PRIVÉE**

---

## **INTRODUCTION**

Après avoir fait 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 PME privée, nous avons consacré ce chapitre à la partie empirique de notre mémoire. Cette expérience de recherche sur terrain, réalisée grâce à un questionnaire autour de l'acteur principale de l'acte entrepreneurial, cette étude qui nous a produit des données sur des facteurs : environnementaux, financiers et socio psychologiques.

Notre enquête vise à mettre en lumière les caractéristiques dites particulières de cet agent économique, présenter un profil de l'entrepreneur privé en Algérie. Plus précisément, pourquoi il décide de s'engager dans l'acte entrepreneurial ? Quelles sont les caractéristiques de son entreprise créée ? Quelles opportunités environnementales favorisant la création ? Quelles sont les principales contraintes rencontrées ? Autant d'interrogation, à laquelle, ce chapitre essaie d'apporter des réponses.

Le présent chapitre a pour objectif la présentation détaillée de méthodologie utilisée dans le cadre de ce travail. Nous allons expliquer notre démarche concernant les objectifs de l'enquête et de son déroulement, la conception et le contenu du questionnaire, l'échantillon étudié, la collecte des données ainsi que les principaux résultats trouvés.

## **SECTION I : METHODOLOGIE ET ORGANISATION DE LA RECHERCHE**

Pour le besoin de notre travail, nous avons mené une enquête sur le territoire de la wilaya d'Oran<sup>145</sup> à partir d'un échantillon de créateurs d'entreprises.

### **I.1. Objectif de l'enquête :**

La création des richesses dans une société est le fruit du dynamisme et de la compétitivité de son tissu industriel dont la création d'entreprises constitue l'élément fondamental de cette dernière.

Cette création d'entreprises se base sur deux éléments importants :

En premier, l'entrepreneur qui est considéré comme la clef de cette richesse grâce à son travail et à la décision de création. Il s'occupe de la mobilisation et l'allocation des ressources, la recherche d'opportunités, la recherche de la position la plus profitable pour son entreprise.

Ensuite, le milieu dans lequel il a vécu plusieurs évènements, ce milieu influence l'action de l'entrepreneur que ce soit dans l'avènement de l'idée de création ou tout au long du cycle de vie de l'entreprise. En effet, l'environnement familial, professionnel ont un effet déterminant dans l'action de création.

Notre enquête vise à faire ressortir le profil des entrepreneurs privés de la wilaya d'Oran, les caractéristiques de leur entreprise (taille de l'entreprise, source de financement, secteurs d'activité), les motivations de ceux-ci pour le domaine de l'entrepreneuriat (les motivations à lancer une entreprise, les situations qui ont stimulé le processus de création de l'entreprise, les facteurs importants dans le choix de se lancer en affaires, les facteurs de succès des entrepreneurs...). Ainsi que nous allons présenter les principales contraintes entravant les entrepreneurs lors de la création d'entreprise.

### **I.2. La taille de l'échantillon :**

Pour établir une représentation plus proche de la réalité, il aurait été souhaitable d'utiliser la méthode des quotas qui consiste à respecter la proportionnalité des éléments constitutifs de l'échantillon. Comme nous ne pouvons pas assurer la représentativité

---

<sup>145</sup> Comme cas pratique, nous avons choisi Oran comme étude de cas, le choix a été fait en fonction des disponibilités des données statistiques que nous avons pu collecter.

équivalente des différents secteurs, nous avons choisi un échantillon selon la technique probabiliste<sup>146</sup>, il est de type « **échantillon aléatoire simple** ».

Ce choix s'explique essentiellement par le fait que l'échantillon a été constitué de façon à éviter les non réponses, réduire les couts de l'enquête ainsi que ses délais. Notre choix de la dimension de cet échantillon s'appuie sur les critères suivants :

- La disponibilité des entrepreneurs à répondre à notre questionnaire ;
- La représentativité des secteurs d'activités existant dans la wilaya d'Oran.

Notre échantillon se compose de 125 entrepreneurs sur une population de 160 individus. Nous avons pu récupérer 125 questionnaires sur les 160 contactés, seulement 115 sont exploitables ce qui représente un taux de réponse de 92%. Le reste (soit 10 questionnaires) ont fait l'objet de non réponses ou mal remplis, chose qui nous a obligé à les éliminer de notre étude vue le manque de leur crédibilité (non exploitables).

Les résultats de cette élimination sont récapitulés dans les tableaux suivants :

**Tableau n°1 : La taille de l'échantillon de notre enquête :**

<b>Nombre</b> <b>Questionnaire</b>	<b>Nombre d'entreprises</b> <b>dans l'échantillon</b>	<b>Taux (%)</b>
<b>Récupérés</b>	125	78%
<b>Non récupérés</b>	35	22%
<b>Distribués</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

<sup>146</sup> : « Par technique probabiliste, on entend toutes celles qui impliquent un véritable tirage au hasard, c'est-à-dire qui donnent à chaque élément de la population une chance connue et non nulle d'être choisis ». Cité par **Dif. A**, « L'entrepreneuriat féminin, cas de la wilaya d'Oran », mémoire de magister en sciences commerciales, Université d'Oran, 2010, page 48.

**Tableau n° 2: La taille de l'échantillon étudié :**

<b>Questionnaire</b>	<b>L'échantillon étudié</b>	<b>Taux (%)</b>
<b>Exploitable</b>	115	92%
<b>Non exploitable</b>	10	8%
<b>Total</b>	<b>125</b>	<b>100%</b>

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

Les restrictions apportées à notre échantillon sont dues essentiellement à :

- Le non disponibilité de certains entrepreneurs ;
- Le refus de certains entrepreneurs de répondre au questionnaire ;
- Le non conformité de quelques questionnaires ;
- L'inexistence des adresses des entreprises communiquées (adresses e-mail) ;  
ou bien l'entrepreneur a cessé l'activité.

### **I.3. L'idée du questionnaire :**

Pour les besoins de notre enquête nous avons utilisé un questionnaire adressé aux chefs d'entreprises du secteur privé ayant été à l'origine de la création de leur propre entreprise.

Le questionnaire a été élaboré dans le but de déterminer le profil de créateur d'entreprise et afin de tester notre principale question étudiée dans la partie théorique : « *quels sont les déterminants de création de la PME privée pour l'entrepreneur algérien ?* »

Les suppositions qui nous ont guidés à son élaboration sont les suivantes :

- Quels sont les raisons qui poussent les individus à se lancer dans l'aventure de la création d'entreprise ?
- Est-ce qu'ils sont motivés par des logiques économiques ?
- Ou encore par des logiques sociales ?
- A quelles contraintes affrontent les entrepreneurs algériens lors de l'acte de création de leurs entreprises ?

Les questions portent essentiellement sur quatre phases :

***Phase I : l'identification de l'entrepreneur :***

Cette première section a pour but d'identifier et présenter l'entrepreneur le propriétaire d'entreprise, les questions ont porté sur son profil : sexe, âge, niveau d'instruction, expérience professionnelle...etc.

***Phase II : caractéristiques de l'entreprise créée :***

Cette section est réservée pour la détermination et l'identification de l'entreprise créée à savoir l'année de création, sa raison sociale, statut juridique, son secteur d'activité, la structure de financement...etc.

***Phase III : les motivations de l'entrepreneur à l'égard de création de son entreprise***

Cette section a pour but de voir les ambitions et les raisons réelles ayant poussé l'entrepreneur à la création de son entreprise et les facteurs qui sont à l'origine du choix du secteur d'activité.

***phase IV : les difficultés entravant la création d'entreprise :***

Cette dernière section consiste à déterminer et cerner les différents problèmes et contraintes rencontrées par les entrepreneurs lors de création de leur entreprise.

**I.4. La formulation du questionnaire :**

Afin de ne pas alourdir le questionnaire et d'avoir le maximum de réponses, nous avons veillé à ce que les questions soient administrées de la manière la plus claire et la plus courte possible. Nous avons essayé de mettre en place des questions de différents types, à savoir :

- Questions fermées à réponse unique  
« Exemple : question n°1.2 »
- Questions fermées à choix multiple  
« Exemple : question n°3.3 »
- Questions ouvertes

« Exemple : question n°2.7.3 »

Les questions choisies assurent<sup>147</sup> :

- La clarté qui facilite la compréhension ;
- La neutralité qui n'influence pas les réponses ;
- La pertinence qui facilite la capacité des personnes questionnées de répondre ;
- Un vocabulaire simple et non pas technique ;
- Des questions ouvertes pour mieux enrichir les réponses

### **I.5. Le déroulement du questionnaire :**

L'enquête a été lancée au début du mois de Juillet 2012. Pour remplir le questionnaire, nous avons suivis plusieurs méthodes. En premier temps, le questionnaire a été administré selon le type « Face à Face ». Nous nous sommes déplacés au niveau du siège des entreprises, pour rencontrer personnellement les dirigeants et propriétaires de ces entreprises (non pas les gestionnaires), pour leur administrer le questionnaire.

Cela nous a permis :

- Une crédibilité des réponses ;
- Une bonne observation des attitudes et des comportements des interviewés ;
- La possibilité d'entretien

On note que pour des raisons de temps et de disponibilité des chefs d'entreprise questionnés, nous avons opté pour une deuxième méthode qui consiste à déposer le questionnaire au niveau de l'entreprise pour être rempli et de le récupérer ultérieurement.

Et d'autres questionnaires étaient traités par le biais d'internet, ils étaient remplis et envoyés par e-mail.

La passation du questionnaire a été bien accueillie par certains entrepreneurs, qui n'ont pas hésité à nous consacrer du temps nécessaire, afin de parler d'eux-mêmes, de leurs exploits personnels, de leurs motivations, de leur façon de gérer, de prendre des risques et de leur esprit d'entreprise et d'indépendance.

Il faut savoir que, toute au long de notre enquête, nous avons rencontré d'énormes difficultés, pour convaincre les entrepreneurs à répondre à nos questions. En effet, nous



pouvons relever une grande résistance de certains entrepreneurs privés qui ont refusé de coopérer avec nous, sans avancer de motifs valables. Sans oublier que dans la plupart des cas, les entrepreneurs ne sont pas disponibles à répondre aux questions, ce qui a constitué une contrainte majeure pour l'aboutissement de notre enquête.

### **1.6. Traitement des questionnaires :**

Nous avons choisi un traitement informatisé pour un meilleur traitement de données. Les questionnaires ont été vérifiés et codifiés pour constituer une banque de données à partir de laquelle des statistiques ont pu être opérées à l'aide du langage Microsoft Excel.

En recensant les statistiques qui nous permettent d'analyser notre base de données à travers les tableaux de fréquence, et enfin à faire sortir les résultats et réponses à propos des questions qu'on avait posées au départ.

Ayant ainsi présenté les démarches méthodologiques de notre enquête, nous procéderons à la présentation et l'analyse des résultats de l'enquête de terrain qui fera l'objet de la seconde section.

## **SECTION II : ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUETE**

### **II.1. Présentation et identification de l'entrepreneur :**

L'entrepreneur est l'acteur principal dans l'activité de la création d'entreprise. Il est la source de l'idée. C'est à lui que revient la décision de se lancer dans la création. Il évolue dans un milieu qui l'influence, et sur lequel il a des effets par son action créatrice.

Dans cette section nous allons essayer de dessiner un profil à l'entrepreneur à travers notamment son sexe, son âge, son niveau d'instruction, les métiers exercés précédemment ainsi que les compétences acquises.

#### ***II.1.1. Répartition des entrepreneurs par sexe :***

Selon les résultats de notre enquête présentée dans le tableau n°3, les hommes représentent une part très importante, au sein de la catégorie entrepreneur. En effet, sur 115

---

<sup>147</sup> Dif A, « L'entrepreneuriat féminin, cas de la wilaya d'Oran », mémoire de magister en sciences commerciales, université d'Oran, 2010, p50.

**Chapitre IV: Analyse des résultats de l'enquête portant sur les déterminants de création de la PME privée**

entrepreneurs enquêtés, 98 sont des entrepreneurs-hommes, soit 85% de la population enquêtée. La part des femmes entrepreneuses est moins importante que celle des hommes, elle représente que 15,% de la population enquêtée. Ceci montre que la fonction de l'entrepreneur reste une activité propice aux hommes. Les caractéristiques de la société algérienne ne facilitent pas l'intégration des femmes dans un milieu qui paraît dur et fermé.

**Tableau n°3 : Sexe de l'entrepreneur :**

<b>Sexe</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
Homme	98	85%
Femme	17	15%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Source : résultats de notre enquête

**II.1.2. L'âge des créateurs d'entreprises :**

Pour ce résultat, la réponse des entrepreneurs sur la question illustrée dans le tableau n°4 concerne leur âge actuellement d'où le taux le plus élevé est de 20% présenté par la catégorie d'âge [35-40], et avec 16% pour la tranche d'âge entre 40 et 45ans

**Tableau n°4 : L'âge des entrepreneurs :**

<b>Age</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
Moins de 20 ans	1	1%
Entre 20 et 25 ans	8	7%
Entre 25 et 30 ans	16	14%
Entre 30 et 35 ans	17	15%
Entre 35 et 40 ans	23	20%
Entre 40 et 45 ans	19	16%
Entre 45 et 50 ans	8	7%
Entre 50 et 55 ans	11	10%
Plus de 55 ans	12	10%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Source : résultats de notre enquête

Mais à partir de la question « l'année de création de l'entreprise », nous pouvons déduire l'âge des entrepreneurs au moment de création de leur entreprise.

**Tableau n°5 : l'âge des entrepreneurs au moment de création**

<b>Age</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
Moins de 20 ans	4	3%
Entre 20 et 25 ans	14	12%
Entre 25 et 30 ans	31	27%
Entre 30 et 35 ans	34	30%
Entre 35 et 40 ans	15	13%
Entre 40 et 45 ans	9	8%
Entre 45 et 50 ans	4	3%
Entre 50 et 55 ans	2	2%
Plus de 55 ans	2	2%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Source : résultats de notre enquête

Le tableau n°5, représente la tranche d'âge des entrepreneurs au moment de la création effective de l'entreprise. Le plus grand nombre des entrepreneurs ont lancé leurs entreprises entre l'âge de 30 à 35 ans avec une part de 30%, suivi par la catégorie de 25 à 30 ans qui représente 27% de la population enquêtée. En troisième position, nous trouvons la catégorie de 35 à 40 ans avec un taux de 13 % du total.

A partir de ces données, l'entrepreneur se lance dans la création à un âge mature après avoir acquis une certaine expérience professionnelle et rassembler les capitaux nécessaires pour l'investissement. Sinon pour ceux qui s'introduisaient trop jeune dans le domaine entrepreneurial, il s'agit de la catégorie de moins de 20ans à 25ans, qui font partie généralement du secteur commerciale, artisanal, ou ceux qui ont bénéficié des différents dispositifs mis en place par le gouvernement pour stimuler la création des entreprises principalement par l'apport de l'ANSEJ, ou bien sont issus d'une famille entrepreneuriale. Selon B. ZARCA : *« l'héritage d'un capital économique et social accumulé par les générations antérieures dispense d'une accumulation préalable à l'installation, en d'autres terme, il fait gagner du temps »*<sup>148</sup>

Ainsi, nous pouvons conclure que la création se fait généralement entre l'âge de 25 et 40 ans.

<sup>148</sup> Cité par Aknine.R, Souidi.R, « le profil des créateurs d'entreprises en Kabylie : Le poids de la famille et l'incidence du chômage dans la création d'entreprises », p5

**II.1.3. Niveau d'étude et formation professionnelle :**

Pour le parcours professionnel, les études et formations suivies ont également une influence sur le choix du secteur d'activité ou investir, et par la suite sur le mode de gestion de l'entreprise une fois mise en route. En effet, « *la formation et le niveau d'instruction de l'entrepreneur influent toujours sur les choix qu'il effectue en ce qui concerne l'activité. La dimension, le financement et le mode de gestion de l'entreprise sont des conditions nécessaires qui permettent de déboucher sur l'innovation en tous genre* »<sup>149</sup>.

L'ensemble des entrepreneurs enquêtés ont au moins un niveau d'étude primaire, sur les 115 entrepreneurs enquêtés, deux personnes (02) n'avaient pas de niveau scolaire, étaient des autodidactes, 6% ont un niveau d'études primaires, 14% ont un niveau d'étude moyen, 34% ont atteint un niveau secondaire et 44% ont un niveau universitaire. Nous constatons d'après ces résultats que la plupart des entrepreneurs ont un niveau d'instruction de plus en plus élevé. Cette situation peut être s'expliquer principalement par le chômage<sup>150</sup> et la difficulté de trouver du travail pour les nouveaux diplômés de l'université. C'est la raison pour laquelle ils préfèrent créer leur propre emploi et de s'engager dans la création de leur entreprise.

Cela réfère à ce qui était cité par Cachon.J (cité dans le chapitre I, page 36), est que l'éducation constitue un des éléments motivant à l'acte d'entreprendre.

**Tableau n°6 : Le niveau d'instruction des entrepreneurs :**

Niveau d'instruction	Fréquence	Pourcentage (%)
Sans instruction	2	2%
Primaire	7	6%
Moyen	16	14%
Secondaire	39	34%
Etudes supérieurs	51	44%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Source : résultats de notre enquête

Notons aussi que, sur les 115 entrepreneurs enquêtés, 21 d'entre eux, ont effectué une formation professionnelle (soit 18%) du total en plus de leur niveau d'étude. Cette formation professionnelle était soit pour renforcer leurs études universitaires, soit pour avoir un métier

<sup>149</sup> Souidi.R, Ferfera M.Y, Akrouf T, « Les entrepreneurs, le territoire et la création d'entreprises : Enquête à Boghni », Cahiers du CREAD, n°51, 1<sup>er</sup> trimestre 2000, p54

pour ceux qui ont avaient les niveaux moyen et secondaire. Le tableau n°7 présente le nombre d'entrepreneurs qui ont fait une formation professionnelle.

**Tableau n°7 : la part de la formation professionnelle dans le parcours de l'entrepreneur :**

<b>Etude et formation</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
Formation professionnelle	21	18%
Etudes	94	82%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100</b>

Source : résultats de notre enquête

En conclusion, nous pouvons dire que l'expérience professionnelle et les études suivies sont déterminantes dans le choix du secteur dans lequel investir et dans la vie de l'entreprise, chose qui confirme notre hypothèse proposée. L'expérience professionnelle permet d'acquérir et de perfectionner des techniques de production, et une maîtrise du métier, ainsi que la possibilité de tisser différents réseaux qui peuvent s'avérer d'une importance primordiale une fois lancé dans l'activité de création. Les études, en plus du savoir, apportent du prestige, savoir faire et l'accès à un nombre de réseaux informationnels.

#### ***II.1.4. Parcours professionnel :***

Le parcours professionnel peut avoir une grande incidence dans l'orientation de l'entrepreneur et le choix de son secteur d'activité. Dans le présent paragraphe, nous allons présenter les professions antérieures des entrepreneurs enquêtés.

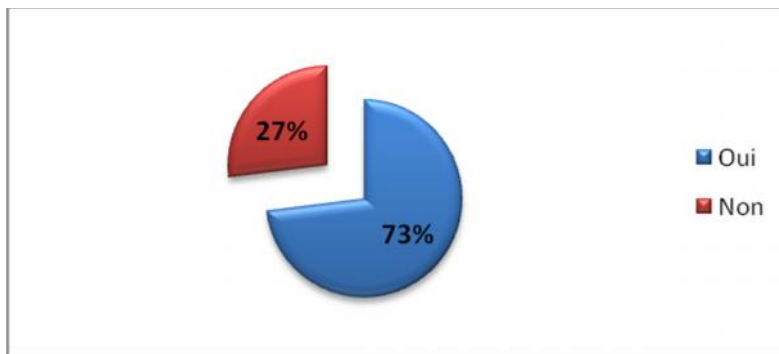
##### ***II.1.4.1. La situation professionnelle avant la création d'entreprise :***

Pour la majorité des entrepreneurs enquêtés 84 personnes (soit 73%) ont déjà travaillé avant la création de leurs propres entreprises, contre 27% du total d'entrepreneurs qui n'ont pas d'expériences au monde du travail, ils étaient en chômage ou bien entrain de continuer leurs études

---

<sup>150</sup> Le chômage est un des situations négatives « Pushes » selon Shapero qui pousse l'individu à créer son propre entreprise, cité auparavant dans la page 28.

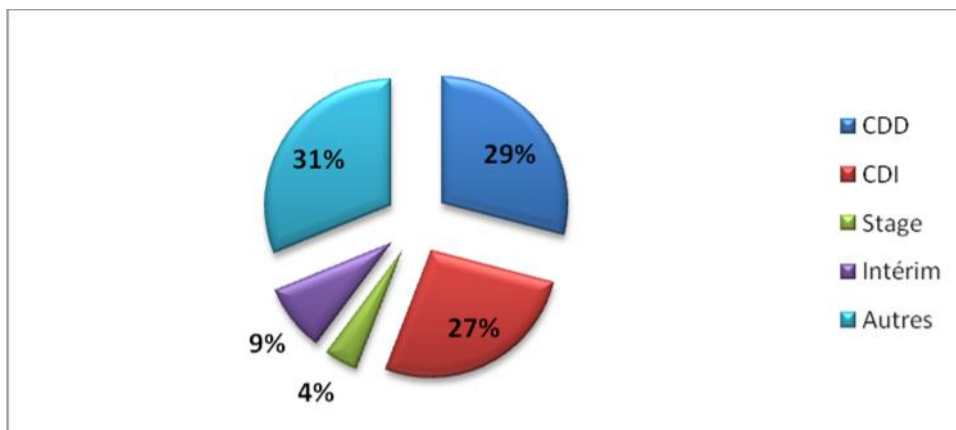
**Figure n°1 : présentation de la situation professionnelle avant la création**



Source : réalisé par nos soins à partir des résultats

Parmi les entrepreneurs enquêtés qui ont exercé des professions avant la création de leur entreprise, 31% avaient leurs propres entreprises, soit 29 entrepreneurs qui étaient propriétaires des entités antérieures. 29% des entrepreneurs avaient un contrat de travail déterminé (CDD), tandis que 27% avaient un CDI (contrat de travail indéterminé). Concernant les intérim et les stages, les résultats étaient respectivement 9% et 4% du total des entrepreneurs qui avaient une expérience de travail avant la création de leurs entreprises.

**Figure n°2 : le contrat de travail des entrepreneurs dans leurs professions antérieures :**



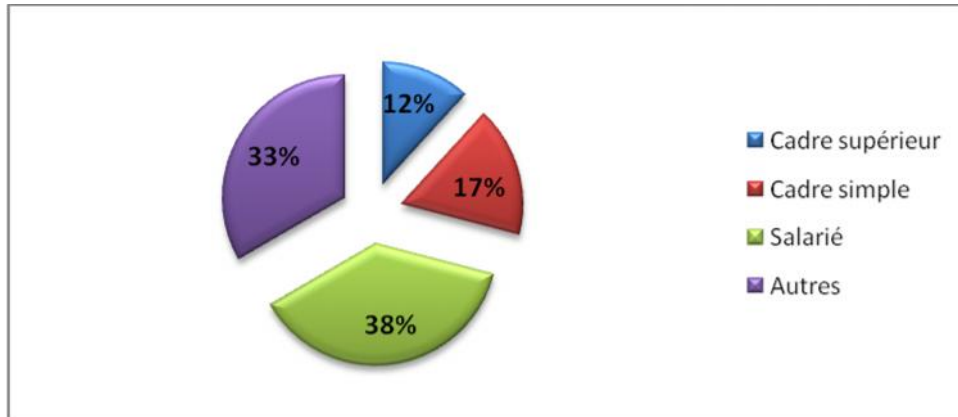
Source : réalisé par nos soins à partir des résultats

Suivant leurs déclarations, 33% des entrepreneurs étaient des cadres dirigeants ou des propriétaires et gérants en même temps (présenté par la réponse Autres). 38% étaient des salariés, 17% étaient des cadres simples et 12% pour les cadres supérieurs.

Malgré que les entrepreneurs enquêtés avaient un travail et un salaire fixe et même des hauts statuts, mais ils avaient toujours le sentiment de vouloir être libre et

indépendants. Chose qui confirme beaucoup plus ce qui était acquis dans la partie théorique concernant les incitations à la création « Besoin d'indépendance » (Collins et Moore).

**Figure n°3 : le statut des entrepreneurs dans leurs professions antérieures**



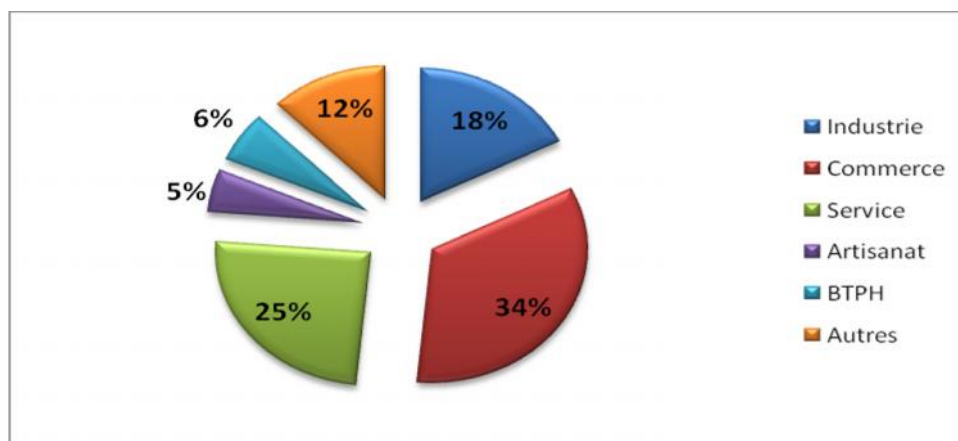
Source : réalisé par nos soins à partir des résultats

**II.1.4.2. Le secteur d'activité d'origine avant la création de l'entreprise :**

Lors de notre enquête et des entretiens avec les entrepreneurs, nous avons remarqué que dans leur majorité, ils ont créé leur entreprises dans le même secteur dont lequel ils avaient précédemment exercé. 84% (97 entrepreneurs du total enquêtés) signalent avoir travaillé et acquis suffisamment de compétences techniques dans un secteur même que celui ou ils ont créé leur entreprises.

Ceci confirme ce qui était présenté par Yvon GASSE (cité dans le chapitre I, page 36), que la connaissance d'une technique et d'un secteur d'activité a une influence importante sur l'activité entrepreneuriale.

**Figure n°4 : la répartition des secteurs d'activité d'origine avant la création de l'entreprise**



Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

#### Chapitre IV: Analyse des résultats de l'enquête portant sur les déterminants de création de la PME privée

A travers la figure n°4, nous pouvons remarquer que les entrepreneurs enquêtés, avaient principalement les expériences professionnelles suivantes :

*Les entrepreneurs issus du commerce* : ils sont au nombre de 33, ce qui représente 34%. Ils ont exercé des commerce divers, vente de tissu, habillement, quincaillerie ...ce qui leur a permis d'acquérir des compétences. En effet, le savoir faire, les connaissances des réseaux de fournisseurs et des clients, les connaissances dans le métier (vente, achat, transformation...) et la connaissance du marché ont été les premiers appuis sur lesquels se sont basés les entrepreneurs et leur entreprises au début de la création.

*Les entrepreneurs issus du secteur des services* : ils sont au nombre de 24, soit 25%. Ce secteur est en deuxième position après le secteur de commerce, les entrepreneurs enquêtés des cette catégorie sont issus des études (ingénieurs, informaticiens...), ils ont créé leurs propres entreprises soit pour la maintenance des équipements informatique ou bien pour la réalisation des logiciels...etc. et d'autres qui ont déjà exercé dans le secteur des services.

*Les entrepreneurs issus du secteur de l'industrie* : ils sont au nombre de 17, ce qui représente 18%. Ils ont exercé dans l'industrie de la région ou ailleurs. Ce qui leur a permis d'acquérir plusieurs compétences. Telles que les compétences de gestion et connaissance de l'organisation du travail et des procédés de fabrication. Les compétences techniques et la familiarisation, avec les machines.

*Les entrepreneurs artisans* : caractérisé par 5 entrepreneur (soit 5% du total), généralement étaient des entrepreneurs en chômage et qui ont suivi une formation professionnelle pour acquérir le métier et le diplôme dans le domaine de l'artisanat.

*Autres* : caractérisée par 12% du total des entrepreneurs qui ont travaillé déjà, cette catégorie contient des entrepreneurs qui ont exercé une activité dans la fonction publique (administration), sécurité, éducation,...etc.

Ces résultats renvoient réellement à ce qui était présenté dans le chapitre III (page 92), ce que le secteur ayant le plus grand nombre de PME privée est celui du commerce (avec 23,92% du total des PME de la wilaya d'Oran).

#### **II.2. Caractéristiques de l'entreprise créée :**

Nous avons essayé à travers notre enquête, de répartir les entreprises privées enquêtées de la wilaya d'Oran, selon les critères suivants : la date de création de l'entreprise, sa taille,



**Chapitre IV: Analyse des résultats de l'enquête portant sur les déterminants de création de la PME privée**

son statut, sa forme juridique, son secteur d'activité, la structure de financement initiale et les organismes d'aides.

**II.2.1. La date de création des entreprises enquêtées :**

Les résultats de notre enquête montrent que 41% des entreprises enquêtées, soit 47 unités ont été créées dans la période qui se prolonge entre 2000 et 2010 et 30 entreprises créées seulement entre 2010 et 2012, soit un total de 77 entreprises (67%) ont été créées à partir des années 2000.

Cela peut être expliqué à travers les mesures prises par l'état en matière d'encouragement de l'initiative privée, et cela dans le cadre de l'ouverture vers l'économie de marché et surtout à partir des dispositifs qui consistent à promouvoir et soutenir la création d'entreprise c'est pour cette raison nous constatons une forte dynamique de création d'entreprises dans la wilaya d'Oran durant la décennie 2000, contre 27 unités dans les années 90 et seulement 11 unités entre les années 60 et 90.

**Tableau n°8 : Date de création des entreprises enquêtées :**

<b>Période</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
Années [60-70]	5	4%
Années [80-90]	6	5%
Années [90-2000]	27	24%
Années [2000-2010]	47	41%
Années [2010-2012]	30	26%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Source : résultat de notre enquête

**II.2.2. La répartition des entreprises enquêtées selon la taille :**

Notre échantillon est constitué en grande partie d'entreprises classées dans la catégorie de micro entreprises comprenant entre [1-9] employés. Elles représentent 69% du total (soit 79 unités). Suivi de la catégorie de petite taille comprenant [10-49] employés avec un taux de 21% du total (soit 24 unités). Ainsi, la catégorie des moyennes entreprises est représentée par 12 unités soit 10% de l'échantillon étudié. Les résultats sont récapitulés dans le tableau suivant :

**Tableau n°9 : La taille des entreprises enquêtées selon l'effectif employé**

<b>Taille d'entreprise</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
TPE (-10 employés)	79	69%
PE (10 à 49 employés)	24	21%
PME (50 à 249 employés)	12	10%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Source : résultat de notre enquête

Cette différence peut être justifiée par les capitaux financiers détenu par les créateurs et aussi après la mise en place des dispositifs de soutien à la création tels que : ANSEJ, ANGEM, CNAC,...etc.

**II.2.3. La répartition des entreprises enquêtées selon la forme juridique :**

L'analyse des entreprises de notre échantillon selon leur statut juridique<sup>151</sup> fait ressortir quatre modalités à savoir, des entreprises individuelles, des sociétés à responsabilité limité (SARL), des entreprises unipersonnelles à responsabilité limitée (EURL) et des sociétés par action (SPA).

Le tableau n°10 illustre que la plupart des entreprises enquêtées se sont des entreprises individuelles (soit 56%) c'est la forme la plus facile d'entrée dans les affaires en créant des micros entreprises.

La forme juridique SARL concerne 30% des entreprises enquêtées, les entrepreneurs optent pour cette forme en raison du capital relativement faible qu'elle nécessite. Les associés peuvent prendre part dans plusieurs entreprises en même temps. Ainsi en cas de faillite, les risques sont limités uniquement aux apports de chaque associé en capital social de la société créée. Suivi par la forme EURL avec un taux de 12%, la SPA représente un taux ce 2%, tandis que la SNC n'est pas présente dans l'échantillon avec un taux de 0%.

**Tableau n°10 : la répartition des entreprises selon la forme juridique :**

<b>Forme juridique</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
Entreprise individuelle	65	56%
SARL	34	30%
EURL	14	12%
SPA	2	2%
SNC	0	0%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Source : résultat de notre enquête

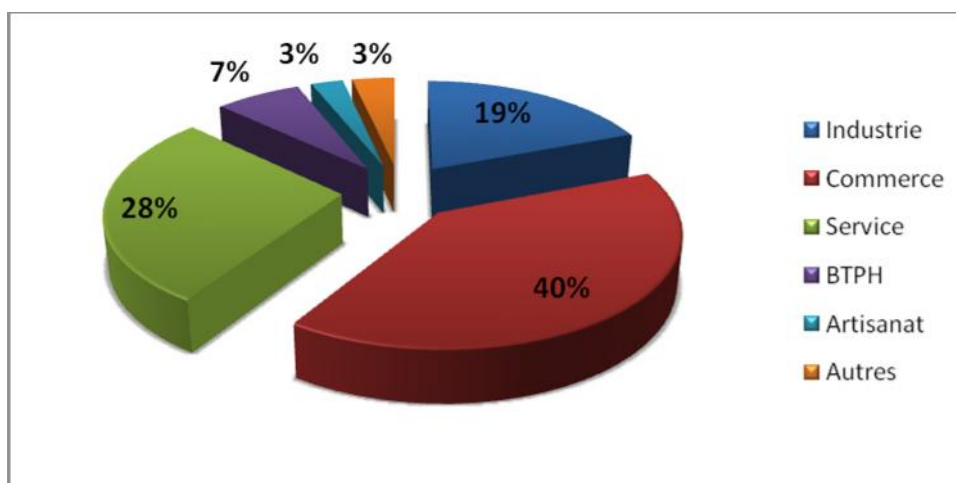
**II.2.4. La répartition des entreprises enquêtées selon le secteur d'activité :**

Notre échantillon est constitué de 115 entreprises appartenant aux différentes branches d'activités existantes au niveau de la wilaya d'Oran comme l'industrie, bâtiments et travaux public et les services. Les entreprises enquêtées, comme le montre le tableau n°11, couvrent les différents secteurs d'activité existants.

A la lecture de la figure n°5, nous constatons que notre échantillon abrite six (06) secteurs d'activités. La plus grande fréquence revient au secteur du commerce avec 46 unités, soit 40% des entreprises enquêtées, suivi du secteur des services avec 32 unités soit 28% du total, la troisième position est pour le secteur industriel avec 22 unités dont 4 unités sont réservées par le secteur agroalimentaire et le reste (18 unité) comporte différents secteur : industrie du cuir, chimie et plastique et autres.

Le secteur de bâtiments et travaux publics représenté par huit (08) unités soit 7% du total. Les 3% représenté par la réponse « Autres » sont caractérisés généralement par l'hôtellerie et restauration suivi par l'activité artisanale qui représente 3% du total.

**Figure n°5 : La répartition des entreprises enquêtées selon le secteur d'activité**



Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

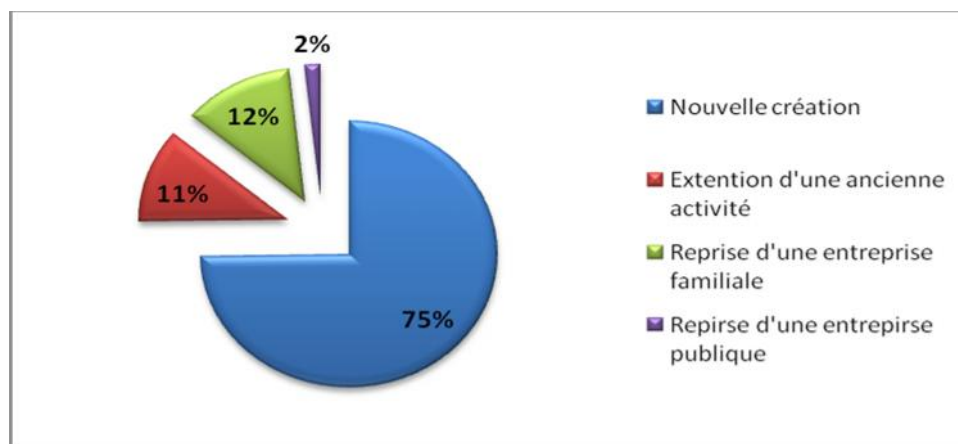
A partir des résultats illustrés, ; c'était clair que notre échantillon d'étude confirme ce qui était représenté lors du chapitre précédent d'où le secteur du commerce présente la part de lion au niveau de la wilaya d'Oran avec 4485 entreprises privés suivi. Peut être parce que ce secteur demeure simple pour les créateurs d'entreprises.

<sup>151</sup> Les caractéristiques des différentes formes juridiques sont citées dans le chapitre II , page (66-67)

### **II.2.5. La répartition des entreprises selon la situation entrepreneuriale :**

La création d'entreprise recouvre généralement trois situations entrepreneuriales qui sont : la création ex nihilo (nouvelle création) qui constitue la principale voie d'entrée dans les affaires, la réactivation d'entreprise (la reprise d'entreprise) et le prolongement d'une activité déjà existante. Les résultats de notre enquête montrent que 75% de l'échantillon sont des entreprises nouvellement créées, cela est dû principalement au soutien présenté par l'Etat pour aider les jeunes pour se lancer dans leurs propres affaires par les différents dispositifs mis en place. La deuxième place est réservée par l'entreprise familiale (12% sont des reprises d'une entreprise familiale), en effet nous ne pouvons pas négliger la part des entreprises familiales dans le tissu économique algérien qui enregistrent un succès et une pérennité. 11% des entreprises enquêtées sont des extensions d'une ancienne activité, et enfin les reprises des entreprises publiques représentées par 2% du total enquêtées.

**Figure n°6 : La répartition des entreprises selon la situation entrepreneuriale :**



Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

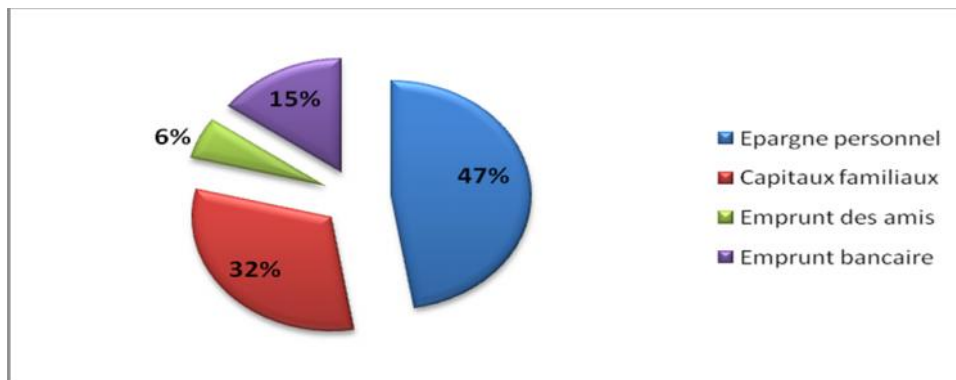
### **II.2.6. La structure de financement initial des entreprises enquêtées :**

Il ya lieu d'observer que d'une manière générale, les entrepreneurs enquêtés n'utilisent pas une seule source de financement pour réaliser leurs projets. Le problème de financement<sup>152</sup> et la disponibilité des capitaux est le premier obstacle auquel l'entrepreneur est confronté d'une manière générale.

<sup>152</sup> Cité dans la page 69, les faiblesses de la PME.

Du fait des difficultés d'accès à des prêts bancaires, l'entrepreneur recourt à des voies informelles pour rassembler les capitaux nécessaires.

**Figure n°7 : La structure de financement initial des entreprises enquêtées**



Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

Selon les résultats de notre enquête, les capitaux initiaux investis, proviennent essentiellement de l'épargne personnelle des entrepreneurs soit 47% et des capitaux familiaux avec un taux de 32% ; *ce qui confirme notre première hypothèse est que les moyens financiers proviennent essentiellement des propres moyens des entrepreneurs.*

15% caractérise l'emprunt bancaire et généralement c'est le cas de ceux qui ont bénéficié du dispositif ANSEJ. En dernière position, nous trouvons l'emprunt des amis avec un taux de 6% du total.

Il est à noter que la famille constitue une source de financement importante après l'épargne personnelle, avec laquelle l'entrepreneur puisse lancer son projet, surtout lorsque les contraintes d'accès aux prêts bancaires subsistent.

#### ***II.2.7. Le recours aux organismes de soutien :***

A la réponse de la question « Est-ce que vous avez demandé de l'aide d'un organisme de soutien ? », nous avons eu 17% soit 20 entrepreneurs qui ont demandé de l'aide d'un organisme de soutien contre 83% qui n'ont pas fait appel à ces organismes là.

**Tableau n°11 : Nombre des entrepreneurs soutenus par les organismes d'aide à la création :**

Réponse	Fréquence	Pourcentage (%)
Oui	20	17%
Non	95	83%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100</b>

Source : résultat de notre enquête

#### Chapitre IV: Analyse des résultats de l'enquête portant sur les déterminants de création de la PME privée

Les justifications des réponses soit pour la réponse « Oui » ou pour la réponse « Non » étaient variées et se présentent comme suite :

Les motifs de réponse par « **Oui** » :

*L'appui financier* : la première raison au recours aux dispositifs de soutien est le financement du projet ;

*Facilitation à l'accès au crédit bancaire* ;

*Soutien logistique (hébergement,...etc.)* ;

*Conseils et formation* : étant donné que la plupart des entrepreneurs qui font appel à ces organismes, n'ont pas d'expérience dans le domaine, ils demandent des conseils pour leur lancement pour s'imprégner dans le domaine des affaires. (Exemple : centre de facilitation des PME) ;

*Avantage fiscal* : la franchise de TVA et l'exonération d'impôt pour les premières années de lancement en affaire ;

*La réduction des tarifs douaniers pour les biens et équipements importés.*

Les motifs de réponse par « **Non** » :

En prenant le cas des entreprises créées avant les années 90, la justification était : «...Il n'y avait pas des organismes de soutien à cette époque » ;

Pour les entreprises créées à partir de la période des années 90, les entrepreneurs rencontrés avaient une mauvaise connaissance ou méconnaissance des structures d'accompagnement ;

Autres, ils avaient besoin d'indépendance, l'autonomie et de la liberté. Certains refusent d'avoir le crédit bancaire à cause des intérêts.

Un autre motif déclaré est celui du manque de reconnaissance des compétences de ces structures, à cause de la lenteur et la lourdeur administrative et réglementaire.

**Tableau n°12: Les différents dispositifs de soutien**

<b>Dispositifs</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
ANSEJ	13	11%
ANDI	4	3%
CNAC	1	1%
Pépinière	2	2%
Aucun	95	83%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Source : résultat de notre enquête

Les résultats du tableau n°12 montrent que 83% des entrepreneurs enquêtés n'ont pas un recours à un organisme public d'aide à la création (aux raisons citées au dessus), seulement 20 entreprises ont bénéficié des avantages des dispositifs soit 13 entreprises par l'ANSEJ, 04 entreprises par l'ANDI et soit deux (02) entreprises accompagnées par la pépinière d'entreprises et un seul (01) cas aidé par la CNAC.

Nous observons que l'ANSEJ est la structure la plus célèbre est recouru par les entrepreneurs grâce au montant prêté (10 millions de dinars)<sup>153</sup> par rapport aux autres structures et concernant l'ANDI c'était pour l'extension de leur activité.

### **II.3. Les motivations à l'égard de la création d'entreprise :**

Les motivations sont des facteurs qui déterminent le comportement. Elles sont considérées comme les raisons profondes qui amènent quelqu'un à agir. Plusieurs motivations peuvent mener à la création d'entreprise. A travers notre enquête, nous allons voir : ce qui avait poussé les entrepreneurs à créer leurs projets, ce qui avait déclenché le processus de création de leurs entreprises, ce qui avait déterminé le choix du secteur d'activité, les caractéristiques favorisant le succès de la personne en affaire et enfin les opportunités environnementales qui ont favorisé la création, dans le but de cerner les principales motivations et de répondre à notre question centrale : « *Quels sont les déterminants à la création des PME privées au niveau de la wilaya d'Oran ?* »

#### **II.3.1. L'entourage de l'entrepreneur :**

La famille constitue dans la plupart des cas, le pivot du projet entrepreneurial, puisque celle-ci exerce souvent une influence sur l'entrepreneur, lui fournit les capitaux nécessaires et s'implique davantage dans la gestion de l'entreprise. Le lien familial dans ce cas est le support de base de l'acte d'entreprendre.

Dans le milieu familial, l'entrepreneur peut trouver une aide inestimable pour le lancement de son entreprise. Elle peut être une assistance matérielle, une contribution financière, foncière ou autre. Ou encore moral, par des encouragements, différentes aides pour surmonter les difficultés rencontrées.

En testant cette état de fait, le résultat était que plus de la moitié de l'échantillon, ont répondu par « oui » sur la question « y-a-t-il des entrepreneurs dans votre entourage ? », soit 67% des entrepreneurs enquêtés, contre 33% des réponses négatives sur la question posée. *Ce*

*qui confirme notre deuxième hypothèse est que le background familial favorise le développement d'une motivation à l'égard de l'entrepreneuriat.*

**Tableau n°13 : « y-a-t-il des entrepreneurs dans votre entourage ? »**

<b>Réponse</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
Oui	78	67%
Non	37	33%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

Le fait d'avoir dans la famille des modèles d'entrepreneurs est généralement considéré comme un facteur influençant positivement les intentions entrepreneuriales. Ainsi, des individus dont les parents ou les proches possèdent ou ont déjà possédé une entreprise seraient plus prédisposés à créer des entreprises. En effet, disposer d'un entourage entrepreneurial constitue des opportunités non négligeables de recevoir des conseils ou de s'imprégner du métier.

Les résultats de notre enquête, présentés dans le tableau n°14 montrent que 28% des entrepreneurs enquêtés ont des parents dans le domaine entrepreneurial. 25% sont des amis, 14% entre frères et sœurs et 19% présenté par la réponse « Autres » incluant les cousins, mari (e), ...etc. entourage

Ainsi, nous pouvons conclure que l'entrepreneuriat privé est fondamentalement une histoire de famille.

**Tableau n°14 : Membre de la famille en affaires**

<b>Membre de la famille</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
Parents	27	28%
Frères	14	14%
Sœurs	2	2%
Autres membre de la famille	15	15%
Amis	24	25%
Autres	16	16%

Source : résultat de notre enquête

---

<sup>153</sup> Voir la PME et les dispositifs d'appui (page 95)

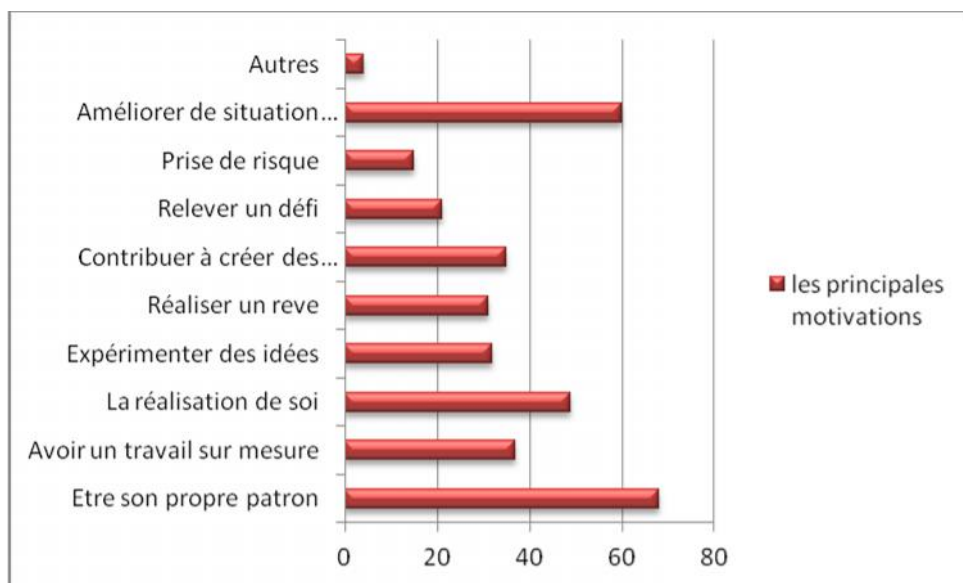


### II.3.2. Les principales motivations de l'entrepreneur :

L'entrepreneur est généralement doté d'un fort sentiment d'indépendance et d'autonomie et un besoin d'être son propre chef, pour réaliser ses rêves et ambitions<sup>154</sup>. Chose qui se confirme d'après les résultats de notre enquête<sup>155</sup>, 68 entrepreneurs (19%) ont affirmé avoir créé leurs entreprises dans le but d'assurer leur propre emploi, ne subir aucune autorité et ne pas avoir des ordres d'un supérieur hiérarchique. « Améliorer la situation familiale » est citée en second lieu par 60 entrepreneurs (soit 17%). En troisième lieu, 49 entrepreneurs soit (14%) se sont lancés dans les affaires pour se valoriser « La réalisation de soi » et 11% pour les entrepreneurs qui veulent avoir un travail sur mesure.

Les entrepreneurs enquêtés pensent expérimenter des idées et réaliser un rêve avec un taux de 9% chacune.

**Figure n°8 : les principales motivations de l'entrepreneur :**



Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

### II.3.3. L'origine de l'idée de création :

Pour les entrepreneurs enquêtés, il n'ya pas une seule raison qui pour eux leur a facilité et stimulé la création de leurs entreprises, c'est la conjugaison de plusieurs raisons qui les a amenés à prendre leurs décisions.

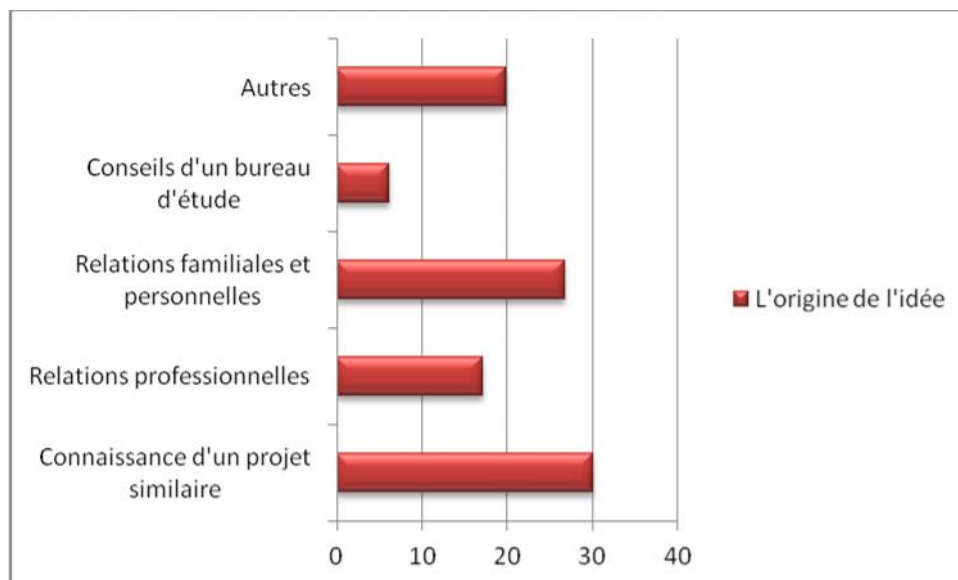
<sup>154</sup> Le besoin d'indépendance constitue la première motivation selon Fayolle (2004)

<sup>155</sup> Présentés dans l'annexe n°1

Ainsi, nous constatons que les réseaux informels dominent, car peu d'entrepreneurs (soit 6%) des enquêtés ont recouru aux bureaux d'étude pour les orienter ou pour les conseiller, par contre l'appui de la famille, amis est très apparents ce qui nous amène au rôle du milieu social dans la création d'entreprises. 30% des enquêtés connaissent des projets similaires, de là nous constatons l'importance du phénomène d'imitation. En deuxième lieu, nous trouvons avec 27% les relations familiales et personnelles qui sont à l'origine de création. (**Voir annexe n°2**)

La réponse « Autres » avec 20% soit 29 entrepreneurs qui ont répondu que la création était leur propre idée et pour d'autres était leur rêve d'enfance. Enfin, les relations professionnelles avec (17%) des enquêtés.

**Figure n°9 : L'origine de l'idée de création**



Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

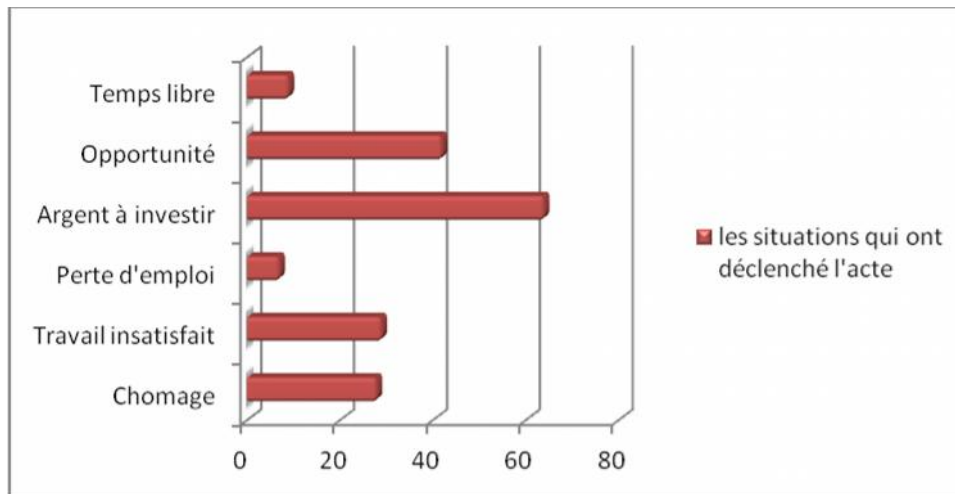
#### ***II.3.4. Les situations qui ont déclenché le processus de création de l'entreprise :***

Les résultats illustrés par la figure indique que 36% des enquêtés soit 64 entrepreneurs (**voir annexe n°3**) ont lancé leurs entreprises parce qu'ils avaient de l'argent à investir qui provient essentiellement de l'épargne personnelle et de capitaux familiaux. D'autres enquêtés, soit 42 entrepreneurs déclarent que le point de départ dans leur création a été une occasion saisie (un ami propose une association, un membre de la famille travaille dans le domaine, avoir été le seul dans l'activité).

29 entrepreneurs soit 16% estiment que leur travail était insatisfaisant, c'est la raison pour laquelle ils ont décidé de créer leurs entreprises. 28 entrepreneurs soit 16% étaient en chômage, qui n'ont pas d'expérience au travail.

Neuf (09) entrepreneurs soit 5% ont un temps libre essentiellement étaient des retraités et sept (07) cas s'engagent dans la création d'entreprises parce qu'ils ont perdu leurs emplois.

**Figure n°10 : les situations qui ont déclenché le processus de création :**



Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

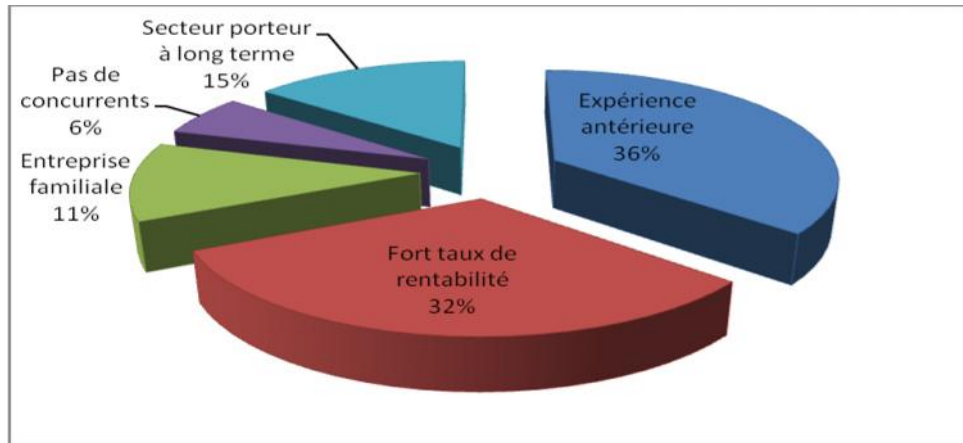
Le résultat trouvé pour cette question (36% représente l'argent à investir) renvoie aux motivations de type économique citées dans la partie théorique (page 37) d'où les principales sont les ressources financières, la disposition d'un capital financier de départ encourage l'entrepreneuriat.

### ***II.3.5. Les déterminants du choix de secteur d'activité :***

La figure n°11 présente les facteurs qui ont aidé les entrepreneurs à choisir le secteur d'activité. Nous constatons que le facteur principal, est l'existence du savoir faire et d'expériences antérieures avec un taux de 36%. En effet, la majorité des entrepreneurs ont signalé avoir acquis suffisamment d'expérience et de savoir faire dans le même secteur d'activité que celui qu'ils ont créé leurs entreprises ; ***ce qui confirme notre hypothèse : l'entrepreneur privé, cherche à investir essentiellement dans les secteurs ou il a vécu une expérience antérieure.*** Certains entrepreneurs avec un taux de 32% des enquêtés ont déclaré d'avoir choisi un secteur qui est caractérisé par un fort taux de rentabilité. De plus, 15% des entrepreneurs pensent que leur choix est déterminé par le fait, que le secteur d'activités soit

porteur à long terme. Enfin 11% des entrepreneurs ont déclaré que les entreprises sont des entreprises familiales, 6% des enquêtés ont affirmé que leur secteur d'activité est vierge (pas de concurrents)

**Figure n°11 : Les déterminants du choix de secteur d'activité**



Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

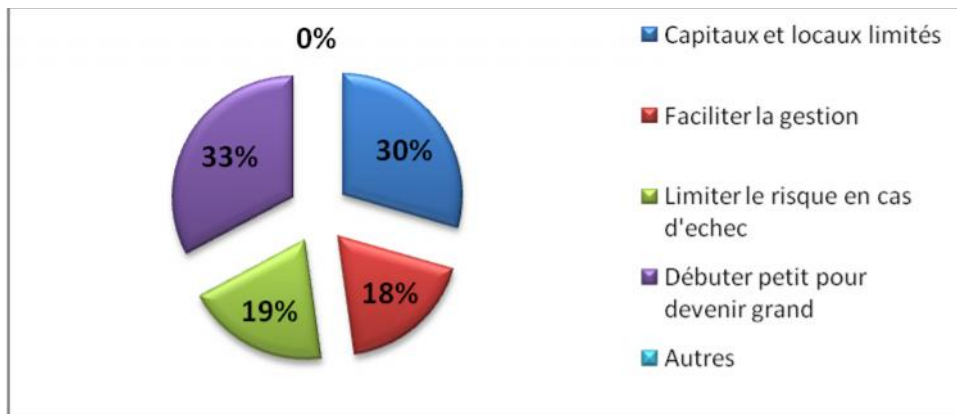
### ***II.3.6. Les raisons contribuant au choix de dimension du projet :***

La majorité des entrepreneurs enquêtés ont créé des entreprises de petites dimensions lorsqu'ils ont décidé de se lancer en affaire. Comme nous l'avons déjà vu dans le tableau n°13, la part des micros entreprises est de 69%.

Les résultats de la figure n°12 montrent les raisons qui ont contribué au choix de la dimension du projet, 68 avis soit 37% des enquêtés ont déclaré avoir créé des micros entreprises et des petites entreprises afin de mieux gérer l'entreprise et limiter les risques en cas d'échec. Pour eux « Débuter petit pour devenir grand » est la raison principale du choix de la dimension. Ils disent que c'est avec le temps, la persévérance et la bonne organisation que l'entreprise grandit.

53 entrepreneurs soit un taux de 30% ont déclaré qu'ils n'ont pas les capitaux nécessaires pour se lancer dans une grande entreprise, ce qui renvoie à la difficulté de financement. D'autres soit 19% des enquêtés ont considéré que « limiter les risques en cas d'échec » est aussi une raison importante dans le choix de la petite dimension, et 18% des réponses étaient pour faciliter la gestion.

Figure n°12 : Les raisons contribuant au choix de dimension du projet



Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

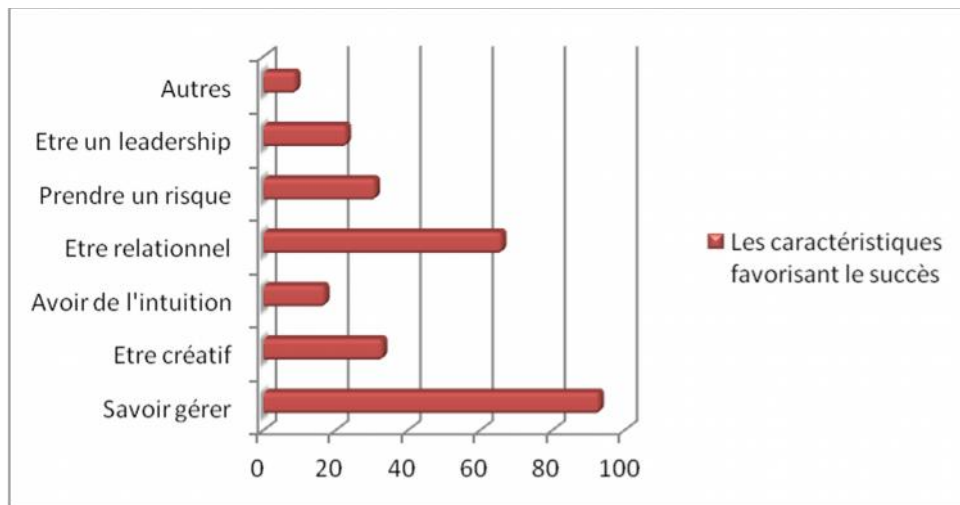
### II.3.7. Les caractéristiques favorisant le succès de la personne en affaires :

La figure n°13 nous donne les caractéristiques qui ont une plus grande importance dans le succès de la personne en affaire. Selon les entrepreneurs enquêtés, la caractéristique la plus importante pour connaître le succès en affaire et « savoir gérer » avec un taux de 34%, suivi par « être relationnel » avec 24% et d' « être créatif » avec un taux de 12%. (Voir annexe n°4)

En effet, l'entrepreneur doit nécessairement avoir ces caractéristiques, s'il veut réellement se maintenir dans l'activité entrepreneuriale.

« Prendre un risque », « Etre leadership », « Avoir de l'intuition » sont citées respectivement dans 12%, 9% et 6% des cas étudiés. Cela s'explique par le fait que certains entrepreneurs intègrent les notions d'innovation et du risque dans le processus entrepreneurial. Enfin, nous avons 3% des réponses étaient pour le choix « Autres » qui était précisé majoritairement par : la bonne prestation de service.

**Figure n°13 : Les caractéristiques favorisant le succès de la personne en affaires :**



Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

### ***II.3.8. Les opportunités environnementales favorisant la création :***

L'acte d'entreprendre n'est pas seulement liés aux caractéristiques de l'entrepreneur mais est également déterminé par les facteurs contextuels qui vont agir soit pour favoriser l'acte ou pour freiner le comportement et la propension entrepreneuriale.

A la lecture de la figure n°14, nous pouvons remarquer que 29%<sup>156</sup> des entrepreneurs privés enquêtés ont répondu pour le facteur de la proximité d'autres activités, ce qui présente des atouts certaines et favorise des contacts directs avec les autres entrepreneurs. Ce qui permet la circulation d'information concernant le processus de production, le produit, le marché, cette proximité permet également de bénéficier d'une certaine publicité. La proximité permet également de discuter des différents problèmes rencontrés par les entrepreneurs concernant les aménagements, l'alimentation en énergie et les problèmes du foncier. De là nous pouvons voir que la proximité géographique est un élément stimulant la création d'entreprises.

Pour d'autres, soit 26% des entrepreneurs ont localisé leurs activités dans les agglomérations urbaines, cela s'explique par les avantages qui se présentent au sein des agglomérations. 20% étaient pour la réponse « Autres » qui était selon les entrepreneurs enquêtés la proximité d'entreprises fournisseurs, la proximité des clients et même la proximité d'entreprises sont le secteur d'activité est complémentaire, etc.

<sup>156</sup> Les chiffres et les pourcentages sont représentés dans l'annexe n°5

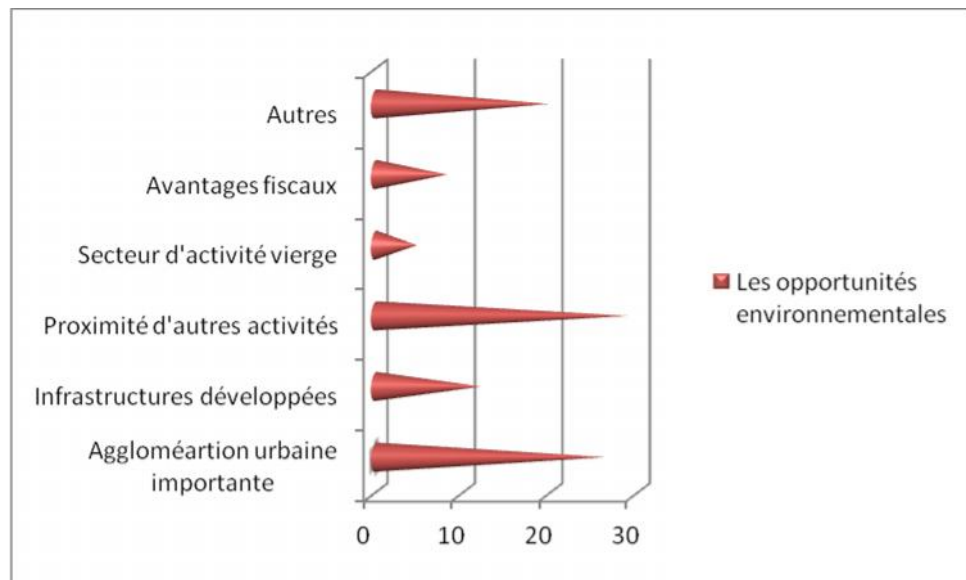
## Chapitre IV: Analyse des résultats de l'enquête portant sur les déterminants de création de la PME privée

Certains entrepreneurs soit 12% des cas ont choisi le facteur « infrastructures développées ». Dans la majorité des cas, il s'agit des entreprises implantées dans la commune d'Oran parce qu'elle constitue un grand pôle d'attractivité.

Pour « les avantages fiscaux » ne représentent que 8% des réponses, et ce facteur était le choix des entrepreneurs qui ont bénéficié d'une aide d'un organisme de soutien tels que : ANSEJ, ANDI, ...etc.

Enfin « secteur d'activité vierge » ne représente pas un facteur déterminant dans la création et la localisation des entreprises enquêtées puisqu'il représente un faible taux de réponses (soit 5%).

**Figure n°14 : Les opportunités environnementales favorisant la création**



Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

### **II.4. Les difficultés entravant la création d'entreprises :**

A travers notre enquête, nous avons constaté que les entrepreneurs privés sont soumis à plusieurs contraintes. Les principaux obstacles rencontrés par les entrepreneurs enquêtés sont présentés dans le tableau n°15.

**Tableau n°15 : Les principales contraintes rencontrées :**

<b>Types de contraintes</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
Contraintes administratives	71	33%
Le foncier industriel	17	8%
Source de financement	24	11%
Manque de main d'œuvre qualifiée	41	19%
Fiscalité et charges sociales	32	15%
L'accès aux sources d'énergie (gaz, électricité, eau)	12	6%
Autres	14	7%
Sans réponse	3	1%

Source : résultat de notre enquête

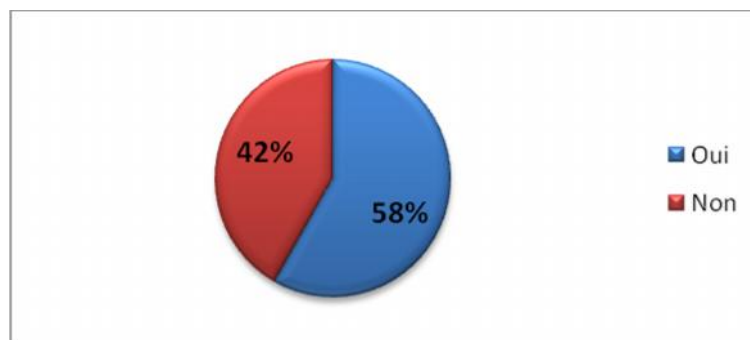
Le tableau n°15 montre que 33% des enquêtés ont déclaré que les contraintes administratives et réglementaires désavantagent l'initiative privée et limitent, par conséquent la volonté des entrepreneurs débutant. Certains entrepreneurs (19%) ont déclaré l'insuffisance de la main d'œuvre qualifiée, 15% étaient pour la taxation de fiscalité et les charges sociales.

Soit 11% des entrepreneurs ont rencontré des difficultés d'ordre financière. En effet, les entrepreneurs enquêtés souffrent du manque de la collaboration et de l'absence d'intégration des institutions financières et ils ont des difficultés pour y accéder aux crédits bancaires ; le secteur bancaire est toujours critiqué pour ses lourdeurs et sa bureaucratie.

Le choix de réponse « Autres » représente 7% du total qui était précisé généralement par l'approvisionnement en matières premières, les tarifs douaniers, la concurrence déloyale, le marché informel ...etc.

D'autres contraintes ont été avancées par les entrepreneurs, le foncier industriel (8%) et l'accès aux sources d'énergie avec (6%).

**Figure n°15 : Les problèmes lors de l'élaboration des dossiers administratifs :**



Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

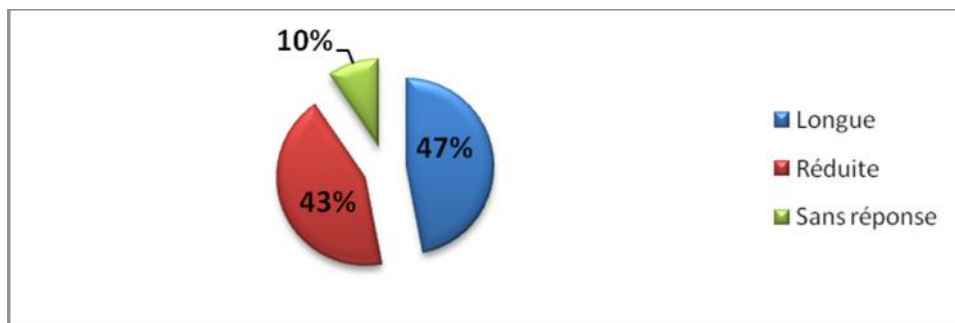


**Chapitre IV: Analyse des résultats de l'enquête portant sur les déterminants de création de la PME privée**

Suivant les résultats du tableau ci-dessus (tableau n°30), plus que la moitié des entrepreneurs enquêtés soit (58%) ont rencontré des problèmes lors de l'élaboration du dossier administratif, soit au niveau de la wilaya, APC et les banques. Pour eux, la lenteur administrative et la lourdeur des dossiers est la contrainte principale en Algérie, et elle devient un frein pour le lancement de n'importe quelle activité.

De là nous pouvons justifier les résultats présentés dans la figure n°16 qui présente la durée de création des entreprises enquêtées

**Figure n°16 : La durée de création**



Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

Malgré que les 10% de l'échantillon traités, étaient sans réponses, mais le taux le plus élevé soit 47% des entrepreneurs enquêtés ont déclaré que la durée de création de leur entreprise était longue, contre 43% pour une durée réduite de création. Cette longue durée peut être justifiée par les contraintes citées auparavant surtout en ce qui concerne les contraintes de type administratives et financières.

Cette contrainte d'ordre administrative était même pour ceux qui ont bénéficié des dispositifs de soutien par les différents organismes existants.

Les principales propositions avancées par les entrepreneurs privés enquêtés sont résumées dans le paragraphe suivant :

Les principaux entrepreneurs enquêtés, exigent surtout la souplesse de l'administration et la lutte contre la bureaucratie ; la facilité d'accès aux ressources financières et une meilleure implication des banques. Ils attendent aussi, que les institutions publiques nationales et locales, engagent les actions suivantes : facilité d'accès au foncier industriel et aux terrains, allègement de la fiscalité et les charges sociales, lutte contre la concurrence déloyale, et le marché informel, lutte contre les problèmes d'approvisionnement en matières premières,

aides en matière de formation du personnel, meilleure implication de l'Etat dans son rôle de régulateur, et enfin facilité les procédures administratives.

#### **II.4.1. Des difficultés pour le recrutement des employés :**

**Tableau n°16 : Problème de recrutement du personnel**

<b>Réponse</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
Oui	33	29%
Non	82	71%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Source : résultat de notre enquête

Le recrutement des employés ne constitue pas une véritable contrainte pour les entrepreneurs enquêtés des PME de la wilaya d'Oran, puisque 29% des réponses étaient par « Oui » contre 71% étaient pour le « Non ».

Pour ceux qui ont rencontré un problème de recrutement, 24 réponses étaient pour le personnel qualifié, deux (02) pour les non qualifiés et sept (07) réponses étaient pour les deux (qualifié et non qualifié).

Les contraintes étaient principalement au niveau de l'ANEM (Agence National d'Emploi), ou bien en ce qui concerne le non sérieux du personnel.

**Tableau n°17 : Type de personnel**

<b>Type d'employé</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
Qualifié	24	21%
Non qualifié	2	2%
Les deux	7	6%
Aucun	82	71%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Source : résultat de notre enquête

##### ***II.4.1.1. Formation du personnel :***

En ce qui concerne la formation du personnel, seulement 36% des entrepreneurs enquêtés font de la formation au personnel recruté contre 64% qui ne le font pas. Cette formation est pour la plupart exercée au sein de l'entreprise dans le site de travail par apprentissage soit par le propriétaire lui-même ou bien par un personnel qualifié.

**Tableau n°18 : formation du personnel :**

<b>Formation du personnel</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
Oui	41	36%
Non	74	64%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Source : résultat de notre enquête

**II.4.2. Contrainte fiscale :**

Pour l'ensemble des entrepreneurs enquêtés, soit 83% des réponses étaient pour le « Non » c'est-à-dire qu'ils ne bénéficient pas d'un avantage fiscal. Au contraire, la majorité se plaint de la taxation des impôts.

Seulement 17% soit 19 entrepreneurs qui ont bénéficié d'un avantage fiscal, ces entrepreneurs présentent les personnes accompagnés par les organismes de soutien et d'aide à la création tels que : l'ANSEJ, ANGEM, CNAC,...etc. ces avantages fiscaux se caractérisent généralement par la franchise de TVA, l'exonération d'impôt et la réduction des tarifs douaniers.

**Tableau n°19 : Le bénéfice des avantages fiscaux**

<b>Avantages fiscaux</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
Oui	19	17%
Non	96	83%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Source : résultat de notre enquête

## **CONCLUSION**

L'acte d'investir est avant tout un choix et une décision d'entreprendre, souvent influencée par des facteurs environnementaux, c'est-à-dire des facteurs ayant un rapport avec le vécu familial, professionnel de l'entrepreneur, tels que les aides diverses dont il bénéficie, qu'elles soient financières, matérielles ou psychologiques.

A travers ses motivations, son itinéraire professionnel, ses origines sociales, le type de création que l'entrepreneur fait, on pourrait voir les caractéristiques de l'entrepreneur de la wilaya d'Oran, c'est-à-dire ce qui a contribué à la formation de la personnalité et de l'esprit d'entreprise de l'entrepreneur.

Les entrepreneurs enquêtés sont généralement de sexe masculin, d'âge mûr entre 30ans et 50ans. Dans la plupart des cas, ils sont à la fois propriétaires et gérants de leurs entreprises. Leurs niveau d'étude est élevé pour la majorité malgré qu'il y ait une proportion importante qui n' qu'un niveau secondaire. Ils ont acquis suffisamment d'expérience et de savoir faire dans le même secteur que celui ou ils créent leurs entreprises.

Cette dynamique du secteur privé, à travers notre échantillon, est due pour une large part à la disponibilité des capitaux à investir, qui proviennent essentiellement de l'apport personnel ou bien de la fortune familiale.

Notre étude montre que les relations familiales et personnelles des entrepreneurs sont à l'origine de l'idée de création du projet. De plus, le fait d'avoir dans la famille des modèles d'entrepreneurs (parents, frères) constitue un facteur déterminant dans l'engagement dans le domaine des affaires.

A travers notre enquête, nous avons constaté que la plupart des entrepreneurs investie dans des secteurs offrant des taux de rentabilité élevés. Les entreprises enquêtées se caractérisent globalement par leur petite taille (TPE ou micro entreprise) grâce aux dispositifs d'appui, elles sont nouvellement créées ou le nombre le plus élevé était entre l'année 2000 et 2010 et même entre 2010 et 2012 avec 28% du total enquêtés. Leur forme juridique dominante est l'entreprise individuelle et la SARL.

Il ressort de cette enquête que la plupart des entrepreneurs ont un fort sentiment d'indépendance et d'autonomie et la volonté d'être le chef de son entreprise. Cette caractéristique est considérée comme le motif le plus motivant pour se lancer en affaire. Il est à noter que les caractéristiques les plus importantes pour réussir en affaires est savoir gérer et avoir un réseau relationnel.

**Chapitre IV: Analyse des résultats de l'enquête portant sur les déterminants de création de la PME privée**

En ce qui concerne l'implantation géographique, l'échantillon révèle une forte concentration spatiale des micros et petites entreprises au niveau des agglomérations urbaines. Cette concentration se justifie par le fait que les potentialités territoriales favorisent la création d'entreprise et leur développement. La majorité des entreprises enquêtées choisissent de s'installer près des entreprises clientes, ce qui renvoie à l'importance de la proximité géographique dans les choix de localisation.

Les contraintes auxquelles sont confrontées ces entreprises sont principalement des lenteurs administratives, des contraintes réglementaires et le manque d'une main d'œuvre qualifiées. Parmi les attentes des entrepreneurs, nous citons la souplesse de l'administration et la lutte contre la bureaucratie ; les facilités d'accès aux ressources financières et une meilleure implication des banques et la lutte contre la concurrence déloyale.

## **CONCLUSION GENERALE**

---

Tout au long de ce travail, nous avons essayé d'apporter des réponses pour notre question principale à savoir : « *Quels sont les déterminants de création de la PME privée pour l'entrepreneur algérien, Cas de la wilaya d'Oran ?* ». Tout d'abord, nous avons présenté la dynamique des PME privées en Algérie et dans la wilaya d'Oran, dans quel cadre elle a évolué, ainsi que les secteurs d'activités et le rôle de la PME dans la création d'emplois et la contribution à la valeur ajoutée, puis nous avons identifié et caractérisé l'entrepreneur privé de la wilaya d'Oran à partir des résultats d'une enquête que nous avons réalisé auprès d'un échantillon de 115 entrepreneurs privés de la région. Plus précisément, nous avons interrogé sur le profil personnel de l'entrepreneur, ses origines sociales, ses trajectoires professionnelles, les aspects cognitifs et affectifs susceptibles de conditionner son cheminement et sa prise de décision, ses motivations et les déterminants de son action et enfin les principales contraintes entravant son acte de création.

Pour ce faire, nous avons élaboré un éclairage théorique sur le concept entrepreneuriat et celui de l'entrepreneur dans le but d'expliquer la dynamique entrepreneuriale. L'entrepreneuriat est un phénomène qui s'articule autour d'un entrepreneur qui est un individu doté des caractéristiques spécifiques à lui, ayant des raisons qui lui motive à entreprendre ; et l'entreprise qui est le résultat du processus entrepreneurial.

La création d'entreprises est la manifestation la plus claire de l'entrepreneuriat, qui est le résultat des activités de l'entrepreneur. Ce processus de création renseigne sur la dynamique entrepreneuriale dans une région ou dans un pays. Le nombre de création, de développement et de disparition d'entreprises durant une période donnée sont les principales variables qui permettent d'évaluer l'activité entrepreneuriale ou de mesurer le degré de développement de l'entrepreneuriat dans un pays.

La dynamique entrepreneuriale est considérée comme un processus qui marque une évolution en termes de création et de développement d'entreprises. L'analyse de cette dynamique consiste dans le fait d'évaluer la dynamique des entreprises dans une économie donnée. Les données statistiques montrent que le secteur de la PME privée en Algérie a fait, ces dernières années, une avancée considérable par rapport aux années précédentes. Mais comparativement aux pays développés, cette dynamique reste relativement faible. De plus, la wilaya d'Oran occupe la troisième position au niveau national en matière de dynamisme entrepreneurial (en termes de présence et de création d'entreprises). En effet, elle dispose d'un tissu industriel important où toutes les branches d'activités sont présentes. La capacité de

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

Il ressort de notre enquête que les entrepreneurs sont en majorité écrasante des hommes, ayant un âge mûr entre 30 ans et 50 ans. Dans la plupart des cas, ils sont à la fois propriétaires et gérants de leurs entreprises.

D'une manière générale, la plupart des entreprises de notre échantillon ont été créées à partir des années 2000. La forme juridique dominante est l'entreprise individuelle et la SARL. Leur financement initial provient majoritairement de l'apport personnel et des capitaux familiaux (fonds propres). Elles sont majoritairement des micros et petites entreprises. De plus nous avons constaté que la plupart des entrepreneurs investissent essentiellement dans les secteurs : dans lesquels possèdent de savoir faire et d'expérience antérieurs, et qui offrent des taux de rentabilité élevés (hypothèse vérifiée).

Il est à noter que le cadre familial dans lequel l'entrepreneur a été élevé forme un milieu qui semble constituer un élément important, voire décisif, dans l'émergence de l'idée d'entreprendre. En effet, la majorité des entrepreneurs ont affirmé que les relations familiales et personnelles sont à l'origine de l'idée de la création du projet. De plus, disposer d'un entourage entrepreneurial constitue des opportunités non négligeables de recevoir des conseils ou de s'imprégner du métier de dirigeant. A travers notre enquête, la plupart des entrepreneurs ont été influencés par leur parents et sont issus d'un entourage entrepreneurial, ce qui confirme notre deuxième hypothèse : la plupart des entrepreneurs privés de la région, proviennent d'une famille où les parents ou autres personnes proches sont des entrepreneurs.

Il ressort également de notre étude que le niveau d'étude des entrepreneurs est élevé pour la majorité. Ils ont effectué des études universitaires ou une formation professionnelle. Ils ont déclaré avoir acquis suffisamment d'expérience et de savoir faire dans le même secteur que celui où ils ont créé leurs entreprises (hypothèse vérifiée) qui leur permettent d'acquérir et de perfectionner des techniques de production, et une maîtrise du métier, ainsi que la possibilité de tisser différents réseaux.

Cette dynamique du secteur privé, à travers notre échantillon, est due pour une large part à la disponibilité des moyens de financement (apport personnel et capitaux familiaux) qui permet aux entrepreneurs de se lancer en affaire (hypothèse vérifiée). Notre étude montre que



les enquêtés sont motivés, principalement, dans leur acte entrepreneurial par la recherche d'autonomie, du profit et la volonté de créer de l'emploi. Il est à noter que les caractéristiques les plus importantes pour réussir en affaires est savoir gérer et ayant un réseau relationnel.

En ce qui concerne l'implantation géographique, l'échantillon révèle une forte concentration spatiale des entreprises enquêtées au niveau des agglomérations urbaines où les infrastructures de base sont développées et à proximité des autres activités. Cette concentration se justifie par le fait que les potentialités territoriales favorisent la création d'entreprise et leur développement. La majorité des entreprises choisissent de s'installer près des entreprises clientes pour faciliter l'écoulement de la production, Ce qui renvoie à l'importance de la proximité géographique dans les choix de localisation.

Enfin, La création d'entreprise dans la wilaya d'Oran est la synthèse d'un engagement individuel et d'un environnement qui peut être favorable à l'entrepreneuriat. Elle est la résultante d'un ensemble de facteurs liés à l'environnement immédiat de l'entrepreneur (relations familiales, amicales et professionnelles).

L'acte d'entreprendre n'est aussi simple, surtout ici en Algérie, d'après les entrevues menées avec les entrepreneurs, plusieurs contraintes entravent leur processus entrepreneurial qui rendent la durée de création de leur entreprise un peu longue, ces contraintes là peuvent même freiner leur décision. Selon un rapport fait par la banque mondiale sur le doing business pour l'année 2011, concernant les procédures d'investissement dans les pays, l'Algérie est classée 136<sup>ème</sup> tandis que le Maroc est dans la 114<sup>ème</sup> place et la Tunisie dans le 55<sup>ème</sup> place. Ce classement prend en compte plusieurs indicateurs : création d'entreprise, octroi de permis de construire, transfert de propriété, obtention de prêts, paiement des impôts, exécution des contrats ; car ce sont les critères que font attirer de plus en plus d'investisseurs dans un pays et inciter à la création d'entreprise.

La réalisation d'un projet d'investissement demeure difficile en Algérie vue la complexité du climat des affaires. Les principaux obstacles de l'entrepreneuriat privé, sont principalement d'ordre administratif (complexité et lenteur des procédures administratives) et financier (rigidité des banques). En effet, les mêmes contraintes ont été soulevées par les entrepreneurs privés de la wilaya d'Oran. Les principales propositions avancées par les entrepreneurs privés enquêtés sont : la souplesse de l'administration et la lutte contre la bureaucratie; les facilités d'accès aux ressources financières et une meilleure implication des banques.

Si le secteur privé est accepté comme acteur de croissance pour le pays, alors il faut mettre fin aux pratiques discriminatoires qui le concernent, qui existent dans l'accès aux ressources de production, financières et matérielles, sans oublier de citer la pression bureaucratique.

Nous souhaitons que ce travail, à travers ce modeste mémoire, 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.

*Quelle est la part de l'informel dans cette dynamique entrepreneurial privée ? Quels sont les déterminants à cet entrepreneuriat informel ? Et quels sont les mécanismes qui peuvent rendre cette part informel une constituante formelle ?*

## **BIBLIOGRAPHIE**

---

**Ouvrages :**

1. BALLAND S, BOUVIER A-M, « Management des entreprises », édition DUNOD, Paris
2. BENACHENHOU.A, « Les entrepreneurs algériens », Alpha Design, Algérie, 2007.
3. BERGER.B, « Esprit d'entreprise, cultures et sociétés », PUF, édition maxima, 1993.
4. BOISLANDELLE H. M, « Dictionnaire de gestion : vocabulaire, concept et outils, édition Economica, Paris, 1998.
5. BOISLANDELLE.M, « la gestion des ressources humaines dans les PME », Economica, paris, 1998
6. BOUTILLIER.S, UZUNIDIS.D, « l'entrepreneur, une analyse socio économique », Economica, Paris, 1995
7. BOUTILLIER S, UZUNIDIS D, « La légende de l'entrepreneur. Le capital social, ou comment vient l'esprit d'entreprise », Editions La Découverte et Syros, Paris, 1999.
8. BOUTILLIER S, UZUNIDIS D, « L'aventure des entrepreneurs», édition Studyrama, 2006.
9. BOUYAKOUB.A, « Entrepreneur et PME, approches Algéro-Française », Ed l'Harmattan, Paris, 2004
10. BOUYAKOUB.A, « De la gouvernance des PME », éd l'Harmattan, Paris, 2006
11. BOUYAKOUB.A, MADOUL.M, « Entreprise, entrepreneur et gouvernance des PME-PMI », éd Griot, 2007.
12. Bizaguet A, « Les petites et moyennes entreprises, que sais-je ? », édition PUF, Paris, 1993.
13. CAPRON. H, « Entrepreneuriat et création d'entreprises, facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise », édition de Boeck, Paris, 2009.
14. CASSON.M, « L'entrepreneur », édition Economica, Paris, 1991.
15. COTE. M, HAFSI.T, « Le management aujourd'hui, une perspective nord américaine », les presses de l'université LAVAL, ECONOMICA, 2000
16. DRUCKER P, « Les entrepreneurs », Editions Lattés, 1985,
17. FAYOLLE. A, « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, Paris, 2003
18. FAYOLLE A, « Introduction à entrepreneuriat », Edition. Dunod, Paris, 2005.
19. FAYOLLE A, « Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre », édition DUNOD, Paris, 2004
20. GILDER.G, « L'esprit d'entreprise », édition Fayard, Paris, 1985.
21. HERNANDEZ. E-M, « le processus entrepreneurial, vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », l'Harmattan, Paris, 1999
22. HERNANDEZ. E-M, « l'entrepreneuriat, approche théorique », l'Harmattan, France, 2001
23. JANSSEN.F, « Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat », édition de Boeck, Paris, 2009
24. JARNIOU.C, BOUTILLER.S, FAYOLLE.A, **sous la** direction de Godefroy KIZABA, « Entrepreneuriat et accompagnement : outils, actions et paradigmes nouveaux », édition Harmattan, Paris, 2008.

25. JULIEN. P-A, « Les PME », édition Economica, Paris, 1994
26. JULIEN. P-A, MARCHESNAY. M, « l'entrepreneuriat », édition Economica, Paris, 1996.
27. MARCHESNAY M, « Management stratégique », édition l'ADREG, 2004.
28. PENDELIAU.G, « Le profil du créateur d'entreprise », édition l'Harmattan, Paris, 1997.
29. REIFNER, EVERS.J, « Crédit et nouveau entrepreneur », édition et diffusion EFCEA, 1999.
30. RIVERIN N, « Management des PME », édition l'ADRG, 2001
31. SCHEID. J-C, « Les grands auteurs en organisation », édition Dunod, Paris, 2ème édition, 2005
32. TOUNÉS.A, « L'intention entrepreneuriale, théorie et modèles », éd Sanabil Med SA, Paris, 2007
33. VERIN H, « Entrepreneurs, entreprises : histoire d'une idée », édition PUF, Paris, 1982.
34. VERSTRAETE T, « Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », Editions EMS, 2000.
35. VERSTRAETE.T, SAPORTA.B, « Création d'entreprise et entrepreneuriat », édition l'ADREG, 2006.
36. WACHEUX F, « Méthodes qualitatives et recherche en gestion », Editions Economica, Paris, 1996.
37. WITTERWULGHE Robert, « la P.M.E : une entreprise humaine », Boeck université, Paris- Bruxelles, 1998.

#### **ARTICLES :**

1. ARABI M et MEGHERBI K Avec la collaboration de KHELFAOUI H, «Les pratiques d'innovation et leurs implications socio organisationnelles. Cas des PME de la région de Bejaia », 2005. Site internet : [http://www.estimate.ird.fr/IMG/pdf/Innovation\\_Algerie\\_PME\\_Bejaia.pdf](http://www.estimate.ird.fr/IMG/pdf/Innovation_Algerie_PME_Bejaia.pdf)
2. BELATTAF.M, « Evaluation de la dynamique territoriale et de financement de la PME et son impact sur le développement local : cas de la wilaya de Bejaia », Recherches économiques et managériales, n°2, décembre 2007.
3. BENSEDIK.A, OUCHALLAL.E, « La dimension psychologique dans la réussite entrepreneuriale », Les cahiers de CREAD, n°90, 2009.
4. BONCLER.J, VERSTRAETE.T, « Entreprendre, ensemble cadrage théorique des notions d'entrepreneuriat collectif », Revue de l'entrepreneuriat, vol5, n°2, 2006.
5. BOUTILLER.S, « l'entrepreneur dans la théorie économique », Problèmes économiques, n°2482, 1996
6. BOUTILLIER.S, UZUNIDIS.D, « quelle est l'utilité marginale de l'entrepreneur ? », problème économique, N°2742, 2002
7. BRUYAT.C, « Créer ou ne pas créer ? une modélisation du processus d'engagement dans un projet de création d'entreprise », Revue de l'entrepreneuriat, vol11, n°1, 2001.
8. CACHON Jean-Charles, « entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi ? », Site internet : <https://zone.biblio.laurentian.ca/dspace/bitstream/10219/229/1/Cachon%20RNO%2013-14.pdf>

9. CUNNINGHAM, J.B., LISCHERON, J, "Defining entrepreneurship", Journal of Small Business Management, vol.29, n°1, 1991, p.45-61.
10. DANJOU.I, « L'entrepreneuriat : un champ fertile à la recherche de son unité », Revue Française de gestion, n°138, 2002
11. DESCHAMPS.B, « Les spécificités du processus entrepreneurial », Revue Française de gestion, n°138, 2002.
12. EMIN.S, BOISSIN.J-P, CHOLLET.B, « Les croyances des étudiants envers la création d'entreprise », Revue française de gestion, N°180, 2008
13. EMIN.S, « Les facteurs déterminants la création d'entreprise par les chercheurs public : application des modèles d'intention », Revue de l'entrepreneuriat, vol3, n°1, 2004.
14. EMIN.S, BOISSIN.J-P, CHOLLET.B, « Le faible attrait des étudiants pour l'entrepreneuriat : éléments d'analyse pour l'action », XIVème Conférence International de Management stratégique, pays de la Loire, Angers, 2005
15. FAYOLLE A, "Des propositions épistémologiques et méthodologiques pour repositionner les recherches en entrepreneuriat", Université Paris XII, Epistémologie et méthodes en Sciences de Gestion, 2000, p. 401-420.
16. FAYOLLE.A, « la création d'entreprise par les jeunes diplômés vécue comme un jeu », problème économique, n°260, 2004
17. FILION L.-J, "Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances", Revue Internationale P.M.E., 1997, vol. 10, n° 2,
18. FOSSEN.F, CALIENDO.M, « Pourquoi devient-on entrepreneur ? », problèmes économiques, n°3026, 2011
19. GASSE Yvon, « l'influence du milieu dans la création d'entreprises », Centre d'Entrepreneuriat et de PME. Québec, université Laval, 2003
20. GASSE.Y, TREMBLAY.M, « Mesures et pratiques de soutien d'accompagnement d'entrepreneur », le 5<sup>ème</sup> Congrès International de l'Académie de l'Entrepreneuriat, 2005
21. GHARBI Samia, « Les PME/PMI en Algérie: état des lieux », Cahiers du LAB.RII – Documents de travail- N°238, Mars 2011
22. HABIBY.A, COYLE.M, « Les entrepreneurs du XXI<sup>e</sup> siècle : un changement qualitatif », Problèmes économiques, n°3026, 2011.
23. HERNANADEZ. E-M, MARCO.L, « l'entrepreneuriat et les théories de la firme » Revue française de gestion, N°138, 2002
24. HERNANDEZ.E-M, « L'entrepreneuriat comme processus d'émergence organisationnelle », Revue française de gestion, N°185, 2008
25. JARNIOU.C-L, « Développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes », Revue française de gestion, N°185, 2008
26. JOUISON.E, VERSTRAETE.T, « Business model et création », Revue française de gestion, N°181/2008
27. LAKHDARI.H, AYAD.A, HABICHOU.H, « Le rôle des organisations professionnelles dans l'accompagnement des PME en Algérie », [http://fseg.univ-tlemcen.dz/larevue09/Atmane%20AYAD\\_Hanane%20HABICHOU.pdf](http://fseg.univ-tlemcen.dz/larevue09/Atmane%20AYAD_Hanane%20HABICHOU.pdf)

28. MADOUIM, « Les nouvelles figures de l'entrepreneuriat en Algérie : un essai de typologie », les cahiers de CREAD, N°85-86, 2008
29. PAUL. M, « L'accompagnement est une nébuleuse », Education permanente, N°153, 2002, p 43-56
30. SAPORTA .B, « la création d'entreprise, enjeux et perspectives », Revue française de gestion, N°101, 1994
31. SOUIDI.R, FERFERA.M, AKROUF.T, « Les entrepreneurs, le territoire et la création d'entreprise : enquête à Boghni », cahiers du CREAD, n°51, 1<sup>er</sup> trimestre 2000.
32. TOUNES Azzedine, « l'entrepreneur : l'odyssée d'un concept », n° 03-73, site internet : <http://www.entrepreneuriat.auf.org/IMG/pdf/03-73.pdf>
33. VESTREATE Thierry, « Entrepreneuriat : modélisation du phénomène », revue de l'entrepreneuriat, vol 1, n° 1, 2001
34. VERSTRAETE.T, FAYOLLE.A, « Paradigmes et entrepreneuriat », Revue de l'entrepreneuriat, vol 4, N°1, 2005
35. VERSTRAETE T, "Cartographie cognitive et accompagnement du créateur d'entreprise", Revue Internationale P.M.E, 1997, vol. 10, n° 1.

**Thèses et mémoires :**

1. AISSANI.N, « La politique de soutien des PME et leur rôle dans le développement économique en Algérie, cas de la branche des industries agroalimentaires », Mémoire de magister en Sciences Commerciales, Université d'Oran, 2006.
2. AIT HABOUCHE. A, « La question de l'investissement privé en Algérie : Un essai d'analyse des déterminants des PME à investir », Thèse de doctorat d'Etat en Sciences Economiques, Université d'Oran, Juin 2003.
3. BRUYAT C, « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation», Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Pierre Mendès France, Grenoble II, 1993.
4. DESCHAMPS.B, « Le processus de reprise d'entreprise par les entrepreneurs personnes physiques », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Pierre Mendès France, décembre 2000
5. DIF. A, « L'entrepreneuriat féminin, cas de la wilaya d'Oran », Mémoire de magister en Sciences Commerciales, Université d'Oran, 2010.
6. EMIN Sandrine, « l'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : le cas Français », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Pierre Mendès, France, Novembre 2003
7. HENNI Mustapha, « Les entrepreneurs de TPE dans la wilaya d'Oran », Mémoire de magister en Management des entreprises, Université d'Oran, 2012
8. LEVY TAJINE.T, « L'entrepreneuriat immigré et son accompagnement en France », thèse de doctorat en Sciences de gestion, France, Octobre 2004.
9. MONGIN. G, LAUTIER S, « Intérêts et pratiques des opérations de LBO », Mémoire effectué sous la direction de Monsieur Simon J, Conservatoire National des Arts et Métiers, 2003-2004.
10. NASROUN.N, « Dynamique entrepreneuriale des PME dans la wilaya de Bejaia », mémoire de magister en Sciences de gestion, Université de Bejaia, 2011.

11. TOUNÉS.A, « L'intention entrepreneuriale », Thèse pour le doctorat en Sciences de Gestion, Université de ROUEN, décembre 2003

**Colloques et communications**

1. AKNINE .R, SOUIDI .R, « Le profil des créateurs d'entreprises en Kabylie : Le poids de la famille et l'incidence du chômage dans la création d'entreprises », Université Mouloud Maamri, Tizi-Ouzou, 2006.
2. ASSALA Khalil, « PME en Algérie : de la création à la mondialisation », 8<sup>e</sup> congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, communication dans le colloque international « l'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales » 25,26 et 27 Octobre 2006.
3. ASSALA.K, « Impact de la culture nationale sur les comportements managériaux de jeunes entrepreneurs algériens », 8<sup>eme</sup> journée de l'académie de l'entrepreneuriat.
4. BAYAD.M, BOUGHATTAS.Y, « Le métier de l'entrepreneur : le processus d'acquisition de compétences »,8<sup>e</sup> congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, communication dans le colloque international« l'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales » 25,26 et 27 Octobre 2006.
5. BELATTAF, « Analyse et Evaluation de la micro-entreprise de Bejaïa à travers la triple dynamique : sectorielle, spatiale et bancaire, dans la création d'emploi », in « Gouvernance et Développement de la PME en Algérie », Colloque international organisé par le CREAD, Alger, les 23-25 juin 2003
6. BENYAHIA-TAIBI, Djemane –SEGUINI, « l'évolution du rôle des PME privées dans le développement économique en Algérie : synthèse macroéconomique», 2008.
7. BOUYAKOUB.A, « la PME, dynamisme économique et territorial », colloque international sur la gouvernance et développement de la PME organisé les 23,24 et 25 juin 2003.
8. BOUKHARI.M, « Le rôle de l'état vis-à-vis des TPE/PME dans un pays nouvellement adhérent à l'économie de marché : cas de l'Algérie », colloque international sur la vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé, mai 2009.
9. CHELIL.A, AYAD.S, « PME en Algérie, réalité et perspectives », université de Tlemcen, 2008, site internet://fseg.univ-tlemcen.dz/larevue09/CHELIL%20Abdelatif.pdf.
10. Zouanti Z, « l'incubateur d'entreprise : un dispositif fondamental pour le développement de la PME algérienne », C U Khemis-Miliana, communication sur l'entrepreneuriat et innovation dans les pays en voie de développement

**Manuels et rapports :**

1. Annuaire statistique de la wilaya d'Oran, année 2011, Direction de Programmation et Suivi Budgétaire de la wilaya d'Oran.
2. Bulletin d'information économique N°2, décembre 2007, direction de la petite et moyenne entreprise et de l'artisanat de la wilaya d'Oran
3. Bulletin d'information économique, n°4,2<sup>ème</sup> semestre 2008, direction de la petite et moyenne entreprise et de l'artisanat de la wilaya d'Oran



4. **Bulletin d'information économique**, n°6, décembre 2009, direction de la petite et moyenne entreprise et de l'artisanat de la wilaya d'Oran
5. **Bulletin d'information économique**, n°8, décembre 2010, direction de la petite et moyenne entreprise et de l'artisanat de la wilaya d'Oran
6. **Bulletin d'information statistique de la PME**, n°20, 2011, direction générale de la veille stratégique, des études économiques et des statistiques.
7. **Collection statistique**, n°168, Office National des Statistiques, janvier 2012
8. **Les PME au Maroc, éclairage et propositions**, direction de la politique économique générale, document de travail n°50, mars 2000.
9. **Rapport de la direction générale du C.N.R.C**, année 2010

**Journal officiel :**

1. Décret législatif n°12 du 5/10/1993
2. J.O, n°74, la loi 02-73, 13/11/2002
3. J.O n°13, décret 32-78, 26/02/2003
4. J.O, n°77, 15/12/2001
5. J.O, n°64, 11/10/2006
6. J.O, n°19, 27/03/2011

**Sites d'internet :**

[www.anse.org.dz](http://www.anse.org.dz)

[www.apce.com](http://www.apce.com)

[www.création-entreprise.fr](http://www.création-entreprise.fr)

[www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org)

[www.entrepreneuriat.com](http://www.entrepreneuriat.com)

[www.ons.dz](http://www.ons.dz)

[www.pme.gouv.fr](http://www.pme.gouv.fr)

[www.pmeart-dz.org](http://www.pmeart-dz.org)

[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

[www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)

[www.mipmepi.gov.dz](http://www.mipmepi.gov.dz)

[www.cnac.dz](http://www.cnac.dz)

[www.andi.dz](http://www.andi.dz)

[www.entreprendre-mediterranee.com/pays/angem.htm](http://www.entreprendre-mediterranee.com/pays/angem.htm)

[www.dpat-oran.dz/](http://www.dpat-oran.dz/)

[img.rechercher.me/fichiers/economie-pme-prive-algerie\\_pdf\\_737861.html](http://img.rechercher.me/fichiers/economie-pme-prive-algerie_pdf_737861.html)

[www.joradp.dz/HAR/Index.htm](http://www.joradp.dz/HAR/Index.htm)

[http://www.lettrepme.be/pmekmo/site2.nsf/0/0c1675f553fc010bc1257427004f8e38/\\$FILE/PME%20%203.pdf](http://www.lettrepme.be/pmekmo/site2.nsf/0/0c1675f553fc010bc1257427004f8e38/$FILE/PME%20%203.pdf)

## **LISTE DES TABLEAUX**

---

<b>Chapitre II</b>		<b>Page</b>
Tableau 1 :	Tableau synthétique de l'entrepreneuriat	44
Tableau 2 :	Les étapes de l'acte entrepreneurial	55
<b>Chapitre III</b>		<b>Page</b>
Tableau 1 :	Evolution de la valeur ajoutée (2006-2010)	81
Tableau 2 :	Evolution de la balance commerciale de l'Algérie (2010-2011)	82
Tableau 3 :	Cas d'innovation auprès de la wilaya de Bejaia	84
Tableau 4 :	Le nombre de PME privée par secteur d'activité fin d'année 2011	91
Tableau 5 :	Le nombre de PME privée par tranche d'effectif fin d'année 2011	93
Tableau 6 :	Le nombre de projets créés dans le cadre de dispositif de l'Andi d'Oran	95
Tableau 7 :	Le nombre de projet financé par la CNAC de la wilaya d'Oran	96
Tableau 8 :	Les principales formations réalisées par le centre de facilitation	98
Tableau 9 :	Le nombre de projet financé par l'ANSEJ par année (2007-2011)	99
Tableau 10 :	Le nombre de porteurs de projet pendant la période 2005-2011	100
<b>Chapitre IV</b>		<b>Page</b>
Tableau 1 :	La taille de l'échantillon de notre enquête	106
Tableau 2 :	La taille de l'échantillon étudié	107
Tableau 3 :	Sexe de l'entrepreneur	111
Tableau 4 :	L'âge des entrepreneurs	111
Tableau 5 :	L'âge des entrepreneurs au moment de création	112
Tableau 6 :	Le niveau d'instruction des entrepreneurs	113
Tableau 7 :	Part de la formation professionnelle dans le parcours de l'entrepreneur	114
Tableau 8 :	Date de création des entreprises enquêtées	118
Tableau 9 :	La taille des entreprises enquêtées selon l'effectif employé	119
Tableau 10 :	La répartition des entreprises selon la forme juridique	119
Tableau 11 :	Nombre des entrepreneurs soutenus par les organismes d'aide à la création	122
Tableau 12 :	Les différents dispositifs de soutien	123
Tableau 13 :	Y-a-t-il des entrepreneurs dans votre entourage ?	125
Tableau 14 :	Membre de la famille en affaire	125
Tableau 15 :	Les principales contraintes rencontrées	133
Tableau 16 :	Problème de recrutement du personnel	135
Tableau 17 :	Type de personnel	135
Tableau 18 :	Formation du personnel	136
Tableau 19 :	Le bénéfice des avantages fiscaux	136

## **LISTE DES FIGURES**

---

<b>Chapitre I</b>		<b>Page</b>
Figure 1 :	Caractéristiques le plus souvent attribuées aux entrepreneurs par les spécialistes en comportement	21
Figure 2 :	Le modèle de l'évènement entrepreneurial de Shapero	27
Figure 3 :	La théorie du comportement planifié	29
<b>Chapitre II</b>		<b>Page</b>
Figure 1 :	Différents types de nouvelles entreprises	51
<b>Chapitre III</b>		<b>Page</b>
Figure 1 :	Population de la PME selon la propriété (année 2011)	77
Figure 2 :	Evolution de la population des PME privées depuis 2001	78
Figure 3 :	Evolution de l'emploi créés depuis 2003	79
Figure 4 :	L'évolution du PIB en pourcentage (%) par secteur depuis 2005	80
Figure 5 :	L'évolution de la population des PME privées de la wilaya d'Oran	90
Figure 6 :	La répartition spatiale des PME privées pour l'année 2011	93
<b>Chapitre IV</b>		<b>Page</b>
Figure 1 :	Présentation de la situation professionnelle avant la création	115
Figure 2 :	Le contrat de travail des entrepreneurs dans leurs professions antérieures	115
Figure 3 :	Le statut des entrepreneurs dans leurs professions antérieures	116
Figure 4 :	La répartition des secteurs d'activité d'origine avant la création	116
Figure 5 :	La répartition des entreprises enquêtées selon le secteur d'activité	120
Figure 6 :	La répartition des entreprises enquêtées selon la situation entrepreneuriale	121
Figure 7 :	La structure de financement initial des entreprises enquêtées	122
Figure 8 :	les principales motivations de l'entrepreneur	126
Figure 9 :	L'origine de l'idée de création	127
Figure 10 :	les situations qui ont déclenché le processus de création	128
Figure 11 :	Les déterminants du choix du secteur d'activité	129
Figure 12 :	Les raisons contribuant au choix de dimension de projet	130
Figure 13 :	Les caractéristiques favorisant le succès de la personne en affaire	131
Figure 14 :	Les opportunités environnementales favorisant la création	132
Figure 15 :	Les problèmes lors de l'élaboration des dossiers administratifs	133
Figure 16 :	La durée de création	134

## **LISTE DES SIGLES**

---

**ANAT** : Agence Nationale de l'Aménagement Territorial  
**ANDI** : Agence Nationale de Développement des Investissements  
**ANEM**: Agence Nationale d'Emplois  
**ANGEM**: Agence Nationale de Gestion des Micro Crédits  
**ANSEJ**: Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes  
**APSI** : Agence de Promotion de soutien et de Suivi des Investissements  
**BTPH** : Bâtiments et Travaux Publics et Hydrauliques.  
**CAP** : Croissance, Autonomie, Pérennité  
**CGPME** : Conférence Générale des Petites et Moyennes Entreprise  
**CNAC**: Caisse Nationale d'Assurance de Chômage  
**DPAT**: Direction de la Planification et l'Aménagement du Territoire  
**DPME**: Direction de Petites et Moyennes Entreprises  
**EURL** : Entreprise Unipersonnel à Responsabilité Limitée  
**GEM**: Global Entrepreneurship Monitor  
**INAPI** : Institut National Algérien de la Propriété Industrielle  
**INSEE** : Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques  
**LBO**: Leverage By Out  
**MBI**: Management By In  
**MBO**: Management By Out  
**OCDE** : Organisation de Coopération pour le Développement Economique  
**OMC** : Organisation Mondiale du Commerce  
**ONS** : Office Nationale des Statistiques  
**PE** : Petite Entreprise  
**PIB** : Produit Intérieur Brut  
**PIC** : Pérennité, Indépendance, Croissance  
**PME** : Petite et Moyenne Entreprise  
**PNR** : Prêt Non Rémunéré  
**R&D** : Recherche et Développement  
**SARL** : Société A Responsabilité Limitée  
**SNC** : Société au Nom Collectif  
**SPA** : Société Par Action  
**TPE** : Très Petite Entreprise  
**TVA** : Taxe sur la Valeur Ajoutée  
**VA** : Valeur Ajoutée

# **ANNEXES**

---



**Annexe n°1 : Les principales motivations :**

Les motivations	Fréquence	Pourcentage (%)
Etre son propre patron	68	19%
Avoir un travail sur mesure	37	11%
La réalisation de soi	49	14%
Expérimenter des idées	32	9%
Réaliser un rêve	31	9%
Contribuer à créer des emplois	35	10%
Relever un défi	21	6%
Prise de risque	15	4%
Améliorer de situation familiale	60	17%
Autres	4	1%

Source : résultat de notre enquête

**Annexe n°2 : L'origine de l'idée de création :**

L'origine de l'idée	Fréquence	Pourcentage (%)
Connaissance d'un projet similaire	44	30%
Relations professionnelles	25	17%
Relations familiales et personnelles	39	27%
Conseils d'un bureau d'étude	9	6%
Autres	29	20%

Source : résultat de notre enquête

**Annexe n°3 : Les situations qui ont déclenché le processus de création :**

Les situations	Fréquence	Pourcentages (%)
Chômage	28	16%
Travail insatisfait	29	16%
Perte d'emploi	7	4%
Argent à investir	64	36%
Opportunité	42	23%
Temps libre	9	5%

Source : résultat de notre enquête

**Annexe n°4 : Les caractéristiques favorisant le succès de la personne en affaires :**

Les caractéristiques	Fréquence	Pourcentage (%)
Savoir gérer	93	34%
Etre créatif	33	12%
Avoir de l'intuition	17	6%
Etre relationnel	66	24%
Prendre un risque	31	12%

Etre un leadership	23	9%
Autres	9	3%

Source : résultat de notre enquête

### **Annexe n°5 : Les opportunités environnementales favorisant la création**

<b>Les opportunités environnementales</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
Agglomération urbaine importante	61	26%
Infrastructures développées	28	12%
Proximité d'autres activités	67	29%
Secteur d'activité vierge	11	5%
Avantages fiscaux	19	8%
Autres	46	20%

Source : résultat de notre enquête

## **ANNEXE N°6 : QUESTIONNAIRE DESTINE AUX ENTREPRENEURS DES PME : WILAYA D'ORAN**

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de magister en sciences commerciales, à la faculté des sciences économiques de l'université d'Oran, concernant la problématique de l'activité entrepreneuriale dans la wilaya d'Oran, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire.

Les informations recueillies auront une finalité strictement scientifique et l'anonymat de l'entrepreneur et de l'entreprise sera sauvegardé. Mettez une croix dans la case appropriée ou remplissez les espaces ci-joints. Certaines questions admettent plusieurs possibilités de réponses.

**Réalisée par : N.BERBER**

**Encadré par : Dr. K.BENMESSAOUD**

### **1. Identification de l'entrepreneur :**

#### **1.1 Sexe :**

- Homme  
 Femme

#### **1.2 Age :**

- Moins de 20ans  
 Entre 20 et 25  
 Entre 25 et 30  
 Entre 30 et 35  
 Entre 35 et 40  
 Entre 40 et 45  
 Entre 45 et 50  
 Entre 50 et 55  
 Plus de 55

#### **1.3 Niveau d'instruction :**

- Sans instruction  
 Primaire  
 Moyen  
 Secondaire  
 Etudes supérieurs  Formation professionnelle

**1.4 Situation professionnelle :**

**1.4.1 Avez-vous déjà travaillé ?**

- Oui
- Non

**1.4.2 Dans combien d'entreprises avez-vous travaillé ?**.....

**1.4.2.1 Ou ?** .....

**1.4.3 Quelle était la nature de votre contrat de travail ?**

- CDD
- CDI
- Stages
- Intérim
- Autre (Veuillez préciser).....

**1.4.4 Quel était votre statut ?**

- Cadre supérieur
- Cadre Simple
- Salarié
- Autres (Veuillez préciser).....

**1.4.5 Dans quel secteur d'activité ?**

- Industrie
- Commerce
- Service
- Autres (Veuillez préciser).....

**2. Caractéristiques de votre entreprise :**

**2.1 L'année de création :**.....

**2.2 Quel type d'entreprise ?**

- TPE (-10 salariés)
- PE (10 à 49 salariés)
- PME (50 à 249 salariés)

**2.3 Le statut juridique ?**

- Entreprise individuelle
- SARL
- EURL
- SPA
- SNC

**2.4 Dans quel secteur d'activité ?**

- Industrie
- Commerce
- Service
- Autres (précisez).....

**2.5 Quel est le produit réalisé ? .....**

**2.6 Situation de l'entreprise ?**

- Nouvelle création
- Extension d'une ancienne activité
- Reprise d'une entreprise familiale
- Reprise d'une entreprise publique

**2.7 Quelle était votre source de financement initiale ?**

- Epargne personnel
- Capitaux familiaux
- Emprunt des amis
- Emprunt bancaire

**2.7.1 Est ce que vous avez demandé de l'aide d'un organisme de soutien ?**

- Oui
- Non

**2.7.2 Lequel ?**

.....

**2.7.3 Si oui dites pourquoi ?**

.....

**2.7.4 Sinon dites pourquoi ?**

.....

### 3. Motivations à l'égard de la création d'entreprise :

3.1 Y a-t-il des entrepreneurs (professions libérales, indépendants, chefs d'entreprise, créateurs d'entreprise) dans votre entourage que vous souhaiteriez imiter ?

Oui

Non

3.2 Qui sont-ils ? (Vous pouvez cocher plusieurs réponses selon le nombre d'entrepreneurs)

Parents

Frères

Sœurs

Autres membres de la famille

Amis

Autre (précisez) .....

3.3. Les principales motivations de l'entrepreneur ?

Etre ton propre patron

Avoir un travail sur mesure

La réalisation de soi

Expérimenter des idées

Réaliser un rêve

Contribuer à créer des emplois

Relever un défi

Prise de risque

Améliorer de situation famliale

3.4 L'origine de l'idée de création de l'entreprise ?

Connaissance d'un projet similaire

Relations professionnelles

Relations familiales et personnelles

Conseil d'un bureau d'étude

Autres (précisez).....

**3.5 Les situations qui ont déclenché le processus de création de l'entreprise ?**

- Chômage
- Travail insatisfait
- Perte d'emploi
- Argent à investir
- Opportunité
- Temps libre

**3.6 Les déterminants du choix de secteur d'activité ?**

- Expérience antérieure
- Fort taux de rentabilité
- Entreprise familiale
- Pas de concurrents
- Secteur porteur à long terme

**3.7 Les raisons qui ont contribué au choix de la dimension du projet ?**

- Capitaux et locaux limités
- Faciliter la gestion
- Limiter les risques en cas d'échec
- Débuter petit pour devenir grand
- Autres (précisez).....

**3.8 Les caractéristiques favorisant le succès de la personne en affaires ?**

- Savoir gérer
- Etre créatif
- Avoir de l'intuition
- Etre relationnel
- Prendre un risque
- Etre un leadership
- Autres (précisez) .....

**3.9 Les opportunités environnementales favorisant la création ?**

- Agglomération urbaine importante
- Infrastructures développées
- Proximité d'autres activités
- Secteur d'activité vierge
- Avantages fiscaux
- Autres (Précisez).....

**3.10 Les contraintes rencontrées lors de création ?**

- Contraintes administratives
- Le foncier industriel
- Source de financement
- Manque de main d'œuvre qualifiée
- Fiscalité et charges sociales
- L'accès aux sources d'énergie (gaz, électricité et eau)
- Autres (précisez).....

**3.11 Est ce que la durée de création était ?**

- Longue
- Réduite

**3.12 Est-ce que vous avez rencontré des problèmes lors de l'élaboration du dossier administratif ?**

- Oui
- Non

**3.13 Lesquels ?**

.....

**3.14 Est-ce que vous avez rencontré des difficultés pour le recrutement des employés ?**

- Oui
- Non



**3.14.1 Des difficultés pour les employés qualifiés ou non qualifiés ?.....**

**3.14.2 Est ce que vous avez procédé à la formation de votre personnel ?**

Oui

Non

**3.14.3 Comment ?**

.....

**3.15 Est-ce que vous avez bénéficié des avantages fiscaux ?**

Oui

Non

(Veuillez préciser).....

**Je vous remercie pour votre collaboration**

# **TABLES DES MATIÈRES**

---

**TABLES DES MATIÈRES**

SOMMAIRE.....	01
INTRODUCTION GÉNÉRALE.....	03
<b>CHAPITRE I : L'ENTREPRENEUR : PRINCIPAL ACTEUR DE L'ENTREPRENEURIAT.....</b>	<b>08</b>
<b>Introduction .....</b>	<b>09</b>
<b>SECTION I : APERÇU THÉORIQUE DE L'ENTREPRENEUR.....</b>	<b>10</b>
I.1. L'évolution de la théorie de l'entrepreneur.....	10
I.1.1. L'entrepreneur dans la théorie classique.....	10
I.1.1.1. L'entrepreneur chez Cantillon.....	10
I.1.1.2. L'entrepreneur : individu-égoïste .....	11
I.1.1.3. L'entrepreneur organisateur .....	11
I.1.2. L'approche managériale de l'entrepreneur.....	12
I.1.2.1. Entrepreneur-ingénieur.....	12
I.1.2.2. L'entrepreneur : une personne autoritaire.....	12
I.1.2.3. Entrepreneur-manager.....	13
I.1.3. L'entrepreneur : agent central de l'activité économique.....	13
I.1.3.1. L'entrepreneur Schumpétérien .....	14
I.1.3.2. Le risque et l'incertitude : Knight. ....	14
I.1.3.3. La théorie de l'efficacité X de Leibenstein. ....	15
I.1.3.4. La vigilance de l'entrepreneur : Kirzner .....	15
I.1.4. L'entrepreneur dans la pensée contemporaine .....	15
I.1.4.1. L'entrepreneur chez Drucker.....	16
I.1.4.2. L'entrepreneur : leadership.....	16
I.1.4.3. L'entrepreneur et la théorie de comportement.....	17
I.2. Définition de l'entrepreneur.....	17
I.3. Les caractéristiques de l'entrepreneur.....	19
I.3.1. Entrepreneur comme initiateur.....	19
I.3.2. Un besoin d'accomplissement.....	19
I.3.3. Entrepreneur innovateur.....	19
I.3.4. Un preneur de risque.....	20
I.4. Typologie d'entrepreneur.....	21
<b>SECTION II : LES MOTIVATIONS DE L'ENTREPRENEUR A L'ÉGARD DE L'ENTREPRENEURIAT.....</b>	<b>25</b>
II.1. Comprendre l'acte entrepreneurial.....	25
II.1.1. L'approche par les caractéristiques et les besoins des entrepreneurs.....	25
II.1.2. Les approches comportementales de l'entrepreneur.....	26
II.1.2.1. Le modèle de la formation organisationnelle.....	26
II.1.2.2. Le modèle de l'intention entrepreneuriale.....	26
II.1.2.2.1. Le modèle de l'évènement entrepreneurial.....	27
II.1.2.2.2. Le modèle de l'action raisonnée.....	29
II.1.3. Les principales dimensions environnementales favorisant la création.....	30
II.2. Définition de la motivation.....	31
II.2.1. Les principales motivations des entrepreneurs.....	32

II.2.1.1. Motivations psychologique.....	33
II.2.1.2. Motivations sociologiques et culturels.....	35
II.2.1.3. Motivations économiques.....	37
<b>Conclusion.....</b>	<b>38</b>

**CHAPITRE II : L'ACTE FONDAMENTAL DE L'ENTREPRENEURIAT : LA CRÉATION D'ENTREPRISE..... 39**

<b>Introduction .....</b>	<b>40</b>
<b><u>SECTION I</u> : CONCEPTS DE BASE DE L'ENTREPRENEURIAT .....</b>	<b>41</b>
I.1. Définition de l'entrepreneuriat.....	41
I.2. Les conceptions dominantes de l'entrepreneuriat.....	45
I.2.1. Paradigme de l'opportunité d'affaire.....	45
I.2.2. Paradigme de la création d'une organisation .....	45
I.2.3. Paradigme de la création de valeur.....	46
I.2.4. Paradigme de l'innovation.....	46
I.3. Diversité des situations entrepreneuriales.....	47
I.3.1. La création ex nihilo.....	48
I.3.2. La création par essaimage.....	48
I.3.3. La création en franchise.....	48
I.3.4. La création de filiale.....	48
I.3.5. La reprise d'entreprise.....	49
I.3.5.1. Le Leverage By Out (LBO).....	49
I.4. Le processus entrepreneurial.....	52
I.5. Le passage du projet à l'organisation.....	54
I.6. Le démarrage.....	55
I.6.1. Les principales activités du démarrage.....	56
I.6.2. Le démarrage selon le type de l'activité.....	57
I.6.2.1. Activité de fabrication.....	57
I.6.2.2. Activité commerciale.....	57
I.6.2.3. Activité de service.....	58
I.7. L'impact de l'entrepreneuriat.....	58

<b><u>SECTION II</u> : LA PME : L'ENTITÉ FONDAMENTAL DU PHÉNOMÈNE ENTREPRENEURIAL.....</b>	<b>60</b>
II.1. Aperçu théorique des PME.....	60
II.2. Définitions de la PME.....	61
II.3. Définition des PME dans différents pays du monde.....	64
II.4. Cadre juridique des PME.....	65
II.5. Caractéristiques des PME.....	67
II.6. Les atouts des PME.....	68
II.7. Les faiblesses des PME.....	68
<b>Conclusion.....</b>	<b>69</b>

**CHAPITRE III : LA DYNAMISME ENTREPRENEURIALE EN ALGÉRIE..... 70**

<b>Introduction .....</b>	<b>71</b>
<b><u>SECTION I</u> : LA PME EN ALGÉRIE.....</b>	<b>72</b>
I.1. La définition de la PME.....	72
I.2. Cadre institutionnel des PME.....	73

I.3. Principales composantes de la PME et son évolution.....	75
I.4. Evolution des PME privées.....	77
I.5. La place des PME privées dans le tissu économique.....	79
I.5.1 Le rôle des PME dans la création d’emplois.....	79
I.5.2. Part des PME dans la croissance économique.....	80
I.5.3. PME algérienne et le commerce extérieur.....	82
I.5.4. La PME algérienne et l’innovation.....	83
I.6. Les caractéristiques générales de la PME algérienne.....	86
I.7. Les contraintes face aux quelles se trouvent confrontées les PME algériennes .....	86
<b>SECTION II : LA PME PRIVÉES DANS LA WILAYA D’ORAN.....</b>	<b>88</b>
II.1. Présentation de la population de la PME dans la wilaya d’Oran.....	88
II.1.1. Les composantes du secteur de PME d’Oran.....	88
II.1.2. Evolution de la population des PME privées à Oran.....	89
II.1.3. Répartition des PME privées de la wilaya d’Oran.....	90
II.1.3.1. La répartition par secteur d’activité.....	90
II.1.3.2. La répartition par tranche d’effectif.....	92
II.1.3.3. La répartition spatiale des PME privées.....	93
II.2. Les PME et les dispositifs d’appui.....	94
II.2.1. L’Agence Nationale de Développement des Investissements (ANDI).....	94
II.2.2. Caisse Nationale d’Assurance de Chômage (CNAC).....	95
II.2.3. La pépinière de l’entreprise.....	96
II.2.4. Les centres de facilitations.....	97
II.2.5. L’Agence Nationale de Soutien à l’Emploi des Jeunes (ANSEJ).....	98
II.2.6. L’Agence Nationale de Gestion des Micro Crédits (ANGEM).....	100
<b>Conclusion .....</b>	<b>102</b>
<b>CHAPITRE IV : ANALYSE DES RÉULTATS DE L’ENQUÊTE PORTANT SUR LES DÉTERMINANTS DE CRÉATION DE LA PME PRIVÉE.....</b>	<b>103</b>
<b>Introduction .....</b>	<b>104</b>
<b>SECTION I : MÉTHODOLOGIE ET ORGANISATION DE LA RECHERCHE.....</b>	<b>105</b>
I.1. Objectif de l’enquête.....	105
I.2. La taille de l’échantillon.....	105
I.3. L’idée du questionnaire.....	107
I.4. La formulation du questionnaire.....	108
I.5. L déroulement du questionnaire.....	109
I.6. Traitement des questionnaires.....	110
<b>SECTION II : ANALYSE DES RÉSULTATS DE L’ENQUÊTE.....</b>	<b>110</b>
II.1. Présentation et identification de l’entrepreneur.....	110
II.1.1. Répartition des entrepreneurs par sexe.....	110
II.1.2. L’âge des créateurs d’entreprises.....	111
II.1.3. Niveau d’étude et formation professionnelle.....	113
II.1.4. Parcours professionnel.....	114
II.1.4.1. La situation professionnelle avant la création d’entreprise.....	114
II.1.4.2. Le secteur d’activité d’origine avant la création.....	116
II.2. Caractéristiques de l’entreprise créée .....	117
II.2.1. La date de création des entreprises enquêtées.....	118
II.2.2. La répartition des entreprises enquêtées selon la taille.....	118

II.2.3. La répartition des entreprises enquêtées selon la forme juridique.....	119
II.2.4. La répartition des entreprises enquêtées selon le secteur d'activité.....	120
II.2.5. La répartition des entreprises enquêtées selon la situation entrepreneuriale.....	121
II.2.6. La structure de financement initial des entreprises enquêtées .....	121
II.2.7. Le recours aux organismes de soutien.....	122
II.3. Les motivations à l'égard de la création d'entreprise.....	124
II.3.1. L'entourage de l'entrepreneur.....	124
II.3.2. Les principales motivations de l'entrepreneur.....	126
II.3.3. L'origine de l'idée de création.....	126
II.3.4. Les situations qui ont déclenché le processus de création de l'entreprise.....	127
II.3.5. Les déterminants du choix de secteur d'activité.....	128
II.3.6. Les raisons contribuant au choix de dimension du projet.....	129
II.3.7. Les caractéristiques favorisant le succès de la personne en affaire.....	130
II.3.8. Les opportunités environnementales favorisant la création.....	131
II.4. Les difficultés entravant la création d'entreprise.....	132
II.4.1. Des difficultés pour le recrutement des employés.....	135
II.4.1.1. Formation du personnel.....	135
II.4.2. Contrainte fiscale.....	136
<b>Conclusion.....</b>	<b>137</b>
CONCLUSION GÉNÉRALE.....	139
BIBLIOGRAPHIE .....	144
LISTE DES TABLEAUX .....	151
LISTE DES FIGURES .....	153
LISTE DES SIGLES.....	155
ANNEXE.....	157
TABLES DES MATIÈRES.....	167

## **Résumé**

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

Le but de notre réflexion consiste à étudier un certain nombre de questions, pour la compréhension de l'initiative entrepreneurial dans la wilaya d'Oran et ceci en portant une attention particulière sur les différents aspects entourant ce phénomène. Dans un tel contexte, notre problématique s'articule autour de la question centrale : *Quels sont les déterminants de création des PME privées pour l'entrepreneur algérien ?*

Il ressort de notre étude que la plupart des entrepreneurs ont un fort sentiment d'indépendance et d'autonomie et la volonté d'être le chef de son entreprise. Cette caractéristique est le motif le plus motivant pour se lancer en affaire. La création de PME privée dans la wilaya d'Oran est beaucoup plus la résultante d'un ensemble de facteurs qui sont : la disponibilité des ressources financières provenant de l'apport personnel et des capitaux familiaux et de plus les expériences antérieures et savoir faire des entrepreneurs affectent le choix 'activité à entreprendre.

### **Mots clés :**

Entrepreneuriat; Entrepreneur; Création D'entreprise; Dynamique Entrepreneuriale; PME Privée; Motivation; Entourage Familial; Expérience Antérieure; Secteur D'activité; Oran.