

La culture entrepreneuriale chez les entrepreneurs algériens

BERREZIGA AMINA épouse SENOUCI : Maître de Conférences A
Ecole Supérieure de Commerce, Koléa.
Directrice des études, ENA, Alger.
E-mail :mk.senouci@gmail.com

MEZIANE AMINA : Maître de Conférences A
Université M'hamed Bougerra, Boumerdès
E-mail :minamez03@yahoo.fr

Recevez :25/11/2019
Accepter :13/12/2019

ملخص

من البديهي تمامًا أن روح المقاوالتية هي ناقل حيوي للاقتصاد بفضل مساهماتها المختلفة: خلق الثروة ، والوظائف ، والابتكار ، وتجديد مجمع الأعمال ، واستغلال الموارد ، و تنوع وتكامل الشركات ، إلخ. يحاول مقالنا وصف ثقافة المقاوالتية وتأثيرها على نشر روح المبادرة بين رواد الأعمال الجزائريين الشباب من خلال دراسة تجريبية تضم 16 من المقاولين .

إحدى الثغرات في تطوير ريادة الأعمال في الجزائر هي الافتقار إلى ثقافة ريادة الأعمال بين الجزائريين. ومع ذلك ، يجب أن تكون هذه الثقافة أولاً وقبل كل شيء إسهام الدولة الجزائرية التي يجب عليها توعية وتيسير أنشطة تنظيم المشاريع ، والتي يجب اعتبارها جوهر التنمية الاقتصادية للأمة.

يجب بذل الجهود على جميع المستويات: هياكل الدعم (هيكل دعم بدء الأعمال ، حاضنات الأعمال وحاضنات الأعمال) ، البنوك ، هياكل الدعم والجامعات الاستشارية والجامعات.

Abstract:

It is perfectly accepted that entrepreneurship is a vital vector of the economy thanks to its various contributions: the creation of wealth, jobs, innovation, the renewal of the business park, the exploitation of resources, the diversification and complementarity of companies, etc.

Our article attempts to describe the entrepreneurial culture and its impact on the diffusion of entrepreneurship among young Algerian entrepreneurs through an empirical study of 16 entrepreneurs.

One of the gaps in the development of entrepreneurship in Algeria is the lack of an entrepreneurial culture among Algerians. However, this culture must be first and foremost the contribution of the Algerian State which must sensitize and facilitate entrepreneurial activities, which must be seen as the heart of the economic development of a nation.

Efforts must be made at all levels: support structures (business start-up support structure, incubators and business incubators), banks, support and advisory structures and universities.

Introduction

Il est parfaitement admis que l'entrepreneuriat est un vecteur vital de l'économie grâce à ses différents apports : la création de richesses, d'emplois, l'innovation, le renouvellement du parc d'entreprises, l'exploitation des ressources, la diversification et la complémentarité des entreprises, etc.

La littérature entrepreneuriale nous a appris que la réussite d'une aventure entrepreneuriale ne dépend pas uniquement d'un environnement favorable à la création, mais également des caractéristiques de l'entrepreneur.

L'entrepreneuriat en Algérie est qualifié d'« entrepreneuriat de survie », où l'entrepreneur crée son entreprise par contrainte sociale, il crée par nécessité et non pas pour exploiter une opportunité.

Ainsi, l'Algérie accorde de plus en plus une importance accrue au développement des PME, ces dernières étaient auparavant marginalisées dans les politiques économiques. Ce n'est qu'à la fin des années 80, grâce aux réformes économiques libérales, que ce phénomène émerge et se développe.

Malgré ce dynamisme et l'existence d'une pluralité d'organismes d'appui et d'accompagnement, qui se focalisent essentiellement sur des aides financières et fiscales, l'entrepreneur algérien manque toujours d'une vision stratégique, d'esprit d'innovation, de créativité et d'esprit d'entreprise.

Notre article tente de décrire la culture entrepreneuriale et son impact sur la diffusion de l'esprit d'entreprise chez les jeunes entrepreneurs algériens à travers une étude empirique effectuée auprès de 16 entrepreneurs.

I. Le cadre conceptuel de l'Entrepreneuriat :

Dans ce qui suit, nous définissons le concept d'entrepreneuriat et nous mettons l'accent sur son importance.

I.1 Définitions de l'entrepreneuriat :

Le débat sur la définition de l'entrepreneuriat a pris plusieurs aspects. En effet, l'entrepreneuriat est un phénomène complexe qui, au cours de ces dernières années, a signifié diverses choses. La compréhension que nous avons se doit beaucoup à l'économiste Josef Schumpeter. D'après lui, « Un entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée en une innovation réussie ». L'entrepreneuriat conduit à beaucoup de changements dans les marchés et les secteurs de l'économie parce que de nouveaux produits arrivent pour remplacer les anciens. (J.Schumpeter, 1979, p 479).

La notion d'innovation est un concept central (paradigme) dans la construction de l'acte d'entreprendre, Schann renvoie le concept d'entrepreneuriat à l'esprit d'entreprise et à la volonté de faire générer des innovations. Pour Julier et Marchesnay « Le vocabulaire d'entrepreneuriat dans la littérature tourne généralement autour de trois concepts : l'entrepreneur, l'esprit d'entreprise, et la création d'entreprise ». (A.Julier et M.Marchesnay, 1997, p 26). Par cette définition nous déduisons que l'entrepreneuriat est un phénomène combinant un individu à une organisation. L'un se définit par rapport à l'autre et vice versa. Ainsi, le terme d'entrepreneuriat décrit une relation entre un entrepreneur et son organisation, comme le signale Julier et Marchesnay en rajoutant le concept de risque.

D'après Fayolle et Filion « L'entrepreneuriat : c'est le processus par lequel des personnes prennent conscience que le fait de posséder leur propre entreprise constitue une option ou une solution viable, ces personnes pensent à des entreprises qu'elles pourraient créer, prennent connaissance de la marche à suivre pour devenir un entrepreneur et se lancent dans la création et le démarrage d'une entreprise ». (A .Fayolle et I-J Filion, 2006, p 254).

Les déclencheurs de l'entrepreneuriat peuvent être : la formation, l'expérience, la disponibilité de fonds, le réseau environnemental, la détection d'une opportunité d'affaire, l'envie de devenir son propre patron, la perte d'un travail, etc.

La création d'entreprise ne représente pas seulement un moyen de lutte contre le chômage mais également une source très importante d'innovation. Elle est, en effet, considérée comme 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 pour les mesures destinées à stimuler l'esprit d'entreprise.

Selon Hernandez « La démarche entrepreneuriale au sens large prend plusieurs aspects : la création d'entreprise, la franchise, l'essaimage et la reprise d'entreprise » (E-M Hernandez, 1999, p255).

La franchise est un accord commercial et juridique par lequel une entreprise, appelée le franchiseur, s'engage à fournir à une seconde entreprise, dite franchisée, un savoir-faire, une formation et une assistance permanente en contre partie d'une rémunération.

L'essaimage désigne par extension la démarche consistant pour une entreprise à aider un (ou plusieurs) de ses salariés à créer sa propre société ou à en reprendre une. Il s'agit d'une mesure d'accompagnement de départ. L'aide apportée peut être matérielle (l'entreprise fournit les technologies nécessaires), financière, logistique ou encore commerciale (l'entreprise s'engage à passer des commandes). L'entrepreneuriat est une action qui tourne autour de l'organisation, pas seulement le concept de création d'entreprise mais aussi franchise, essaimage et reprise d'entreprise.

I.2 Importance de l'entrepreneuriat

L'importante place qu'occupe l'entrepreneuriat dans les recherches et les politiques économiques revient essentiellement aux intérêts apportés à l'économie et à la société. Robert Townsend résume les apports de l'entrepreneuriat : « *When properly unleashed, the entrepreneurial spirit has proven to be the greatest force for generating wealth that the world has ever known. Entrepreneurship is the great engine of job creation, innovation, economic growth, and the rise of low-income communities out of poverty.* (www.dakotafoundation.org).

I.2.1 Entrepreneuriat et croissance économique :

L'activité entrepreneuriale n'a peut être pas un effet direct sur la croissance économique, mais l'accélère grâce à la présence d'une population nombreuse d'individus entreprenants (T. Verstrete, B. Saporta, 2006, p 77). Ce résultat a été prouvé par une étude de GEM : Global Entrepreneurship qui a proposé un modèle comparant différents pays sur diverses dimensions sociales et culturelles. Ce programme a montré que dans les pays à activité entrepreneuriale élevée, la proportion du PIB qui provient des projets entrepreneuriaux progresse chaque année.

I.2.2 Entrepreneuriat et création d'emploi :

L'entrepreneuriat constitue un moyen pour la résorption du chômage, il est considéré comme source potentielle de création et de sauvegarde d'emplois : Entreprendre est devenu une nécessité pour l'intégration sociale pour l'entrepreneur et pour les membres de sa famille.

I.2.3 Entrepreneuriat et renouvellement du parc d'entreprises :

L'entrepreneuriat permet de renouveler et reconstruire le tissu économique par la création des entreprises ex-nihilo, ou par la reprise des entreprises et même, par la réactivation et le

redémarrage d'entreprises ; ce qui permet de constituer un contreponds et une compensation aux disparitions et à l'échec d'autres entreprises existantes.

1.2.4 Entrepreneuriat et Innovation :

La fonction d'innovation est importante, d'après Schumpeter, les entrepreneurs constituent le moteur de l'innovation en identifiant les opportunités que les autres acteurs ne voient pas et en développant les technologies et les concepts qui vont donner naissance à des nouvelles activités économiques.

II. L'Entrepreneur : l'agent central de l'activité entrepreneuriale

Le phénomène entrepreneurial est constitué de trois dimensions permanentes, à savoir : l'organisation créée, l'environnement et l'entrepreneur. Ce dernier constitue le sujet et l'acteur du phénomène, c'est de son action et de ses caractéristiques et ses compétences que résulte l'émergence d'une organisation.

Ce n'est qu'à partir des années 60 que l'analyse de l'entrepreneur s'est élargie au-delà de ses fonctions économiques à l'étude de ses actes et ses comportements, ses traits psychologiques et sur l'influence des variables sociales et culturelles.

II.1 Définition et approches de l'entrepreneur :

Pour J-B. Say l'entrepreneur est « *celui qui entreprend de créer pour son compte, à son profit et à ses risques, un produit quelconque* ». (A. Leghima, S. Meguelti, 2006)

Joseph Schumpeter, estime que l'entrepreneur est l'investigateur de l'innovation au sein de l'organisation : « *l'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise...* ». L'entrepreneur peut introduire l'innovation au moyen de nouvelles méthodes de production, d'une nouvelle offre, de nouvelles règles de gestion...etc.

Ces différents concepts de l'entrepreneur nous permettent de retenir que l'entrepreneur est « **le produit de son milieu économique et culturel qui cherche à créer une organisation pour son compte, pour ses fins socioéconomiques, en accomplissant les fonctions suivantes : prise de risque, de décision, innover, identifier les opportunités d'affaires, employer des facteurs de production...** ».

Les trois approches de l'entrepreneuriat nous renseignent sur ces questions, à savoir, l'approche descriptive (qui est ?), comportementale (que fait ?) et processuelle (pourquoi, comment ?) et nous donne une vision sur le travail à accomplir en tant qu'entrepreneur.

II.2.1 L'approche descriptive :

Elle permet de cerner les caractéristiques de l'entrepreneur, plusieurs chercheurs ont décrit le profil de l'entrepreneur en se focalisant sur sa personnalité. J-B SAY le définit comme son propre patron qui prend des risques et qui veut créer des profits. Frank Knight définit l'entrepreneur comme l'agent économique qui assure le risque dans un environnement incertain.

De son côté, Joseph Schumpeter voit l'entrepreneur comme un innovateur, qui met en œuvre une technologie. Pour M. Casson « un entrepreneur est quelqu'un de spécialisé dans la prise (intuitive) de décisions (réfléchies) relatives à la coordination de ressources rares» (M. Casson, 1991, p 22).

Ainsi nous pouvons détecter quelques particularités de l'entrepreneur :

- Créateur qui prend des risques ;
- Créateur qui aime l'autonomie ;
- Créateur qui veut enregistrer un profit ;
- Créateur qui cherche l'innovation.
- Créateur qui prend des décisions ;
- Créateur qui coordonne des ressources.

II.1.2L'approche comportementale

M. Weber est sans doute le premier qui explique l'approche comportementale dans le champ de l'entrepreneuriat. (Tounés. A, 2007). L'entrepreneur accomplit une série d'actions en commençant par la détection d'une opportunité d'affaire, qui débouche en une innovation et qui se matérialise en une organisation dont le but est de créer de la valeur. Le processus qui mène à une organisation se développe à travers des étapes sous forme de processus entrepreneurial.

II.1.3 L'approche processuelle

Cette approche donne une vision temporelle de l'ensemble des étapes qui mène à l'acte d'entreprendre, identifie les variables personnelles et environnementales qui favorisent ou inhibent l'esprit d'entreprise. Plusieurs modèles ont traité le processus entrepreneurial. Le processus schématise le parcours d'un entrepreneur et détermine les variables internes et externes pouvant intervenir dans la poursuite du processus.

- La première étape d'initiation au projet est sans doute la plus compliquée car elle présente des variables incitatives pouvant pousser l'individu à réfléchir à entreprendre. L'expérience de son entourage, ses origines familiales, son vécu et l'environnement institutionnel peuvent l'encourager à s'investir, de même que les facteurs déterminant qui sont ses caractéristiques psychologiques (personne courageuse, aimant les défis, autonome et cherchant le pouvoir). Ce qui nous amène à supposer que durant cette phase, l'individu commence à s'imaginer entrepreneur et il commence à réfléchir sur une opportunité qui lui sera fructueuse.
- La seconde étape est celle de la maturation du projet, où l'individu a décidé d'entreprendre, cherche de l'aide et de soutien auprès de son réseau d'amis et de la famille et transforme son opportunité en un projet. Ce métier exige beaucoup de temps en recherche et beaucoup de volonté et de patience car durant son parcours, l'individu sera confronté à des difficultés tels que le souci de financement, de foncier, et autres; ce métier suppose avoir un sens relationnel très élevé.
- La troisième et dernière étape est celle de la finalisation du projet où l'on peut constater le démarrage de l'entreprise.

II.2 Les caractéristiques de l'entrepreneur

L'entrepreneur demeure l'acteur clé du dynamisme entrepreneurial (A. Fayolle, 2005, p21), ceci justifie l'intérêt continu de l'étude des caractéristiques individuelles qui permettent de prévoir la réussite du projet entrepreneurial. D'après Blawat, les caractéristiques se décomposent en trois dimensions : la personnalité (le profil), la motivation et les compétences d'entrepreneur. (M. Bayad; Y. Boughattas; C. Schmitt 2006, P5).

II.2.1 Le profil de l'entrepreneur :

Une vaste littérature consacrée à l'étude de la personnalité entrepreneuriale a dégagé un certain nombre de caractéristiques dominantes chez les entrepreneurs tels que : Le besoin d'accomplissement, l'internalité du lieu de contrôle, la propension à la prise de risque, l'optimisme entrepreneurial et la créativité.

II.2.2 Les compétences de l'entrepreneur

L'entrepreneuriat est un métier à part entier qui nécessite des compétences spécifiques pour exercer ses différentes fonctions relatives à la création, la planification, l'organisation, la coordination, etc.

Dans le domaine de l'entrepreneuriat, plusieurs auteurs ont proposé des classifications typologiques des compétences des entrepreneurs, qui concernent essentiellement l'identification d'opportunité; la vision stratégique; la gestion du réseau d'affaires; la gestion du temps, du travail; la gestion financière ; le marketing, les ressources humaines; la gestion des lois et règlements..

Dans la même voie, Chakir décompose les compétences nécessaires à l'exercice du métier d'entrepreneur en quatre catégories :

- **Compétences managériales typiques** : avoir une vision ou le savoir devenir, la capacités à résoudre des problèmes, l'aptitudes dans le domaine de l'organisation, la prise de décisions, la communication et la prise de responsabilités ;
- **Compétences sociales** : capacité d'écoute, savoir déléguer, savoir constituer et tirer profit des réseaux, relations humaines (aptitudes dans le domaine de la coopération, du travail en groupe) ;
- **Aptitudes personnelles** : confiance en soi, motivation, énergie, capacité de résistance et d'endurance, capacités conceptuelles ;
- **Compétences entrepreneuriales typiques** : esprit d'initiative, sens de l'action et de la créativité, prise de risques au niveau de la concrétisation des idées. (Chakir A, 2006).

II.2.3 L'acquisition des compétences entrepreneuriales :

Il est important pour tout entrepreneur ou entrepreneur potentiel de savoir comment obtenir et améliorer ses compétences d'une manière continue afin d'exercer efficacement ses fonctions. Il existe plusieurs manières pour acquérir ces compétences : elles peuvent être innées, apprises ou développées par interaction et échange avec son environnement.

T. Verstrete classe les compétences qui peuvent être acquises en deux catégories :

- a. Celles utiles au démarrage de l'entreprise à vocation plutôt informative : aide à la création, accès au crédit, conditions fiscales, insertion dans le milieu local qui seront avantageusement supportées par des actions comme l'accompagnement de projet, ou les conseils individuels, les échanges personnalisés de groupes ayant les mêmes préoccupations.
- b. Celles utiles à la gestion de l'entreprise : Elles sont plutôt techniques et constituant un certain bagage : approche commerciale, management des ressources, aspects financiers...

II.3 Les motivations entrepreneuriales :

La motivation est appréhendée dans une dimension interactive entre des déterminants individuels propres à la personne humaine et des déterminants de son environnement. Thill & Vallerand définissent la motivation comme : « un construit hypothétique utilisé afin de décrire les forces internes et/ou externes produisant le déclenchement, la direction, l'intensité et la persistance du comportement » (P. Fabers, 2003 , P233).

Les entrepreneurs citent plusieurs raisons qui les ont amenés à lancer une entreprise. Gray, et coll présentent quelques-unes des principales raisons qui motivent souvent la création d'une entreprise en Amérique du Nord, en Europe et au Japon telles que : être son propre patron et être plus maître de son travail et de sa vie, trouver une autre possibilité d'avancement à partir d'un emploi sans avenir, obtenir des fonds additionnels, fournir des produits qui ne sont pas disponibles ailleurs. Selon le rapport de l'OCDE (2001), au Royaume-Uni les jeunes, surtout les diplômés, sont motivés essentiellement par les désirs d'indépendance et de souplesse et non pas nécessairement par l'argent. (E.Baccari; 2006, Page 6).

A l'opposé, les entrepreneurs dans les pays en voie de développement se lancent habituellement en affaires par nécessité économique ou pour survivre, ou faute de revenu leur permettant de faire une utilisation productive de leur énergie. Les données provenant de l'enquête en Zambie montrent que la majorité écrasante (92,3%) des répondants a cité des problèmes socio-économiques comme raison principale du lancement de l'entreprise. De ce nombre, près de la moitié (46,2%) ont invoqué le manque d'emploi, le tiers (30,8%) la nécessité de suppléer au revenu du ménage, 15,4% la pauvreté et seulement 7,7% des répondants ont indiqué le désir d'accumuler des richesses comme raison principale. Au Malawi, également, la majorité des jeunes entrepreneurs ont donné le chômage et la pauvreté comme raisons principales motivant le lancement de leur entreprise.

En comparant les facteurs incitant à la voie entrepreneuriale d'après les résultats des enquêtes précédentes, nous pouvons les décomposer selon leur nature en deux ensembles :

- **Positifs** : tels que la volonté d'accomplissement personnel ; l'identification d'une occasion d'affaire intéressante ; la quête d'autonomie.
- **Négatifs** : Licenciement ; désir de cesser de chômer ; insatisfaction au travail ; manque d'opportunités de carrière et de promotion ; discrimination ; conflits au travail.

Par ailleurs, nous pouvons les décomposer selon leur source en facteurs **intrinsèques** de l'individu qui peuvent être innés et/ou appris et acquis et ; en facteurs **extrinsèques** ou externes existant dans l'entourage de l'individu.

Cette motivation ne peut se concrétiser que si elle ne trouve pas un environnement propice au déclenchement des projets, caractérisé par des facteurs politiques, économiques et culturels influant positivement sur le développement du phénomène entrepreneurial.

III. La culture entrepreneuriale :

L'entrepreneuriat n'est pas seulement un phénomène économique et social, mais aussi socioculturel. L'action entrepreneuriale ne peut se concevoir en dehors de la société à laquelle appartient l'entrepreneur.

Plusieurs études ont étudié l'influence de la culture sur le phénomène entrepreneurial. Pour Landes : "*Si nous devons retenir quelque chose de l'histoire du développement économique c'est que la culture fait toute la différence*". (A. Tounès ; K. Assala, 2008, P2) L'entrepreneuriat demeure un champ où s'exerce l'influence de la culture, il est lui-même un acte culturel.

III.1 Définition de la culture

A toute occasion et à toute circonstance, l'être humain exprime sa culture. La culture représente les manières d'être, de penser et d'agir des peuples, transmises de générations en générations. Elle est l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels caractérisant un peuple. (C. G. Ravon jlarison, 2006, P 90). La culture influe sur les connaissances et les pratiques de l'individu, ses valeurs et ses comportements.

III.2 La culture entrepreneuriale

La culture est ancrée tout au long du processus entrepreneurial : depuis l'intention jusqu'au développement des entreprises, elle conditionne et influe sur la pensée, les caractéristiques, les actes et les comportements des entrepreneurs.

La culture entrepreneuriale se mesure par l'intensité et la vitalité entrepreneuriale d'une société, elle valorise les caractéristiques typiques aux entrepreneurs et les valeurs de l'entrepreneuriat : autonomie, créativité et esprit d'entreprise.

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

III.3 L'esprit d'entreprise:

Pour R. Townsend, l'esprit d'entreprise est le facteur essentiel en entrepreneuriat: "When properly unleashed, the entrepreneurial spirit has proven to be the greatest force for generating wealth that the world has ever known. (<http://www.dakotafoundation.org/index.htm>).

Pour Jean Louis SCHAAN, L'esprit d'entreprise, c'est générer les innovations et avoir la volonté de les voir aboutir » (M. Siomy, 2007, page 91).

Pour Block et Stempf : « l'esprit d'entreprise se traduit par une ouverture au changement, non pas dans le but de démarrer une entreprise mais plutôt celui d'expérimenter des idées nouvelles » (M. Siomy, 2007, page 90).

Selon la Commission européenne « l'esprit d'entreprise désigne un état d'esprit, ainsi que le processus de création et de développement de l'activité économique par la combinaison de la prise de risque, de la créativité et/ou de l'innovation et d'une saine gestion, dans une organisation nouvelle ou existante » (rapport OCDE, 1998, page 7).

a- *Esprit d'entreprise ou esprit d'entreprendre ?*

Nous devons mentionner qu'il existe une distinction entre les deux notions : selon Léger Jarniou, l'esprit d'entreprise semble renvoyer à un ensemble d'attitudes générales positives vis-à-vis de la notion d'entreprise et de celle d'entrepreneur, alors que l'esprit d'entreprendre est davantage relié à la prise d'initiative et à l'action.

b- Le comportement entrepreneurial :

Les comportements entrepreneuriaux sont liés à l'orientation vers les opportunités, la prise d'initiative, à l'autonomie, à la conduite du changement, à l'évaluation et à l'acceptation des risques et de ses implications. Ils comprennent également un ensemble de capacités utiles à l'identification, au dimensionnement et à l'acquisition, par tous les moyens, des ressources nécessaires à la concrétisation du projet. C'est ainsi que Stevenson montre que l'entrepreneuriat correspond à un jeu de comportements managériaux particuliers, orientés vers et façonnés par l'identification et la poursuite des opportunités (A.Fayolle, 2005, p29).

IV. Etude empirique sur les facteurs qui amènent les entrepreneurs à concrétiser leurs projets

L'étude en question nous a permis de comprendre la culture entrepreneuriale chez les jeunes entrepreneurs algériens.

IV.1 Méthodologie de l'étude empirique :

Pour analyser l'objet de notre recherche afin de répondre à sa problématique et vérifier nos hypothèses, notamment pour comprendre les différentes caractéristiques de l'entrepreneur (son profil, ses motivations et ses compétences), nous avons adopté un protocole descriptif utilisant un questionnaire administré à un échantillon d'entrepreneurs, pour appréhender l'impact de leurs caractéristiques dans la décision de création d'entreprise.

Le choix de cette méthode est motivé par la volonté de comprendre les différents facteurs à l'origine d'un engagement dans la voie entrepreneuriale. Nous estimons que cela passe par un entretien direct avec l'individu concerné, étant donné qu'il est au centre du processus entrepreneurial (il a déjà constitué son entreprise). L'entrepreneur est le seul capable de relater avec précision les différentes étapes et démarches qu'il a dû traverser pour créer son entreprise. Il est le seul à en avoir une vision exhaustive puisqu'il s'agit du récit de sa propre vie et de son expérience entrepreneuriale.

Les entrepreneurs de notre échantillon ont été identifiés par relations personnelles, et d'autres suite à la base de données des entrepreneurs qui ont déjà collaboré avec l'ANSEJ. Le contact avec ces entrepreneurs était varié, il y avait des contacts directs (quand il s'agissait

des membres de la famille et d'amis des entrepreneurs), et d'autres par email (en utilisant parfois même le Messenger) et enfin par téléphone. La durée moyenne de chaque entretien était de 40 minutes.

Nous avons interviewé 16 entrepreneurs, dont 3 femmes, opérant dans des différents secteurs : 2 sont des pépinières, 1 dans le secteur informatique, 1 dans le secteur de BTP, 1 dans la restauration, 1 vitrier, 1 céramiste, 4 dans la fabrication des matériaux et d'articles en plastique et 1 dans le recyclage de ces matières, 1 autre dans la fabrication d'aliments de bétail et de volailles, 1 dans l'imprimerie, 1 dans le pressing et enfin 1 dans la fromagerie, en leur adressant un questionnaire.

Pour la réalisation de ce questionnaire qui comporte 54 questions, certaines sont fermées nécessitant des réponses par **Oui** ou par **Non** et d'autres sont semi- fermées et ouvertes pour laisser au promoteur le choix de donner d'autres réponses possibles. Les objectifs du questionnaire sont :

- Comprendre l'histoire de l'entrepreneur à travers ses caractéristiques : l'âge, le genre, l'éducation, l'expérience, le tissu relationnel, la détention de capital, etc.
- Les aptitudes de l'entrepreneur qui tracent sa personnalité telles que l'esprit d'initiative, la confiance en soi, l'engagement personnel, l'esprit de compétition, l'attitude face au risque, la créativité/innovation, la capacité d'adaptation ;
- Les besoins de l'entrepreneur qui l'entraînent à l'acte entrepreneurial : le pouvoir, la création de valeurs, la réalisation de soi, l'appartenance, la reconnaissance, la sécurité, etc.

D'un autre côté, il est utile d'explorer les compétences, surtout managériales, ainsi que le comportement entrepreneurial chez ces entrepreneurs à travers leur :

- Politique générale de l'entreprise : vis-à-vis de la pérennité, le profit, la croissance, l'indépendance, la réussite d'un projet ;
- Le management : l'organisation interne, la stratégie relationnelle, la réflexion stratégique

IV.2 Présentation des résultats obtenus

Les résultats obtenus de ces entretiens sont présentés comme suit :

IV.2.1 Les caractéristiques sociodémographiques des entrepreneurs questionnés

La majorité des entrepreneurs interrogés sont jeunes et cela explique leur jeune âge au moment de la création de leur entreprise, où la moyenne est 26,25 ans : les plus jeunes avaient 23 ans et le plus âgé avait 31 ans.

Le niveau d'instruction des interviewés est divers : il y a 2 qui sont au dessous du niveau primaire, 2 niveau moyen, 3 diplômés auprès des CFPAs et 9 sont des universitaires, soit 3 licenciés, 5 ingénieurs et 1 médecin.

Concernant l'activité préalable des entrepreneurs avant la création de leur entreprise, la majorité (11) étaient des employés dont 7 étaient dans le même secteur que celui de leur

entreprise créée ; par contre les 5 autres n'avaient aucune activité avant la création de leur entreprise : ils étaient en chômage.

IV.2.2 Le parcours des entrepreneurs interviewés

Aucun des entrepreneurs interviewés n'est issu de parents entrepreneurs, la majorité étaient dans divers secteurs ; une minorité seulement exerçaient une profession libérale.

Par contre, 55% d'entre eux ont soit des frères, des sœurs, d'autres membres de famille ou des amis qui sont déjà des entrepreneurs. De plus, la plupart de ces entrepreneurs (10) ont déclaré qu'il n'existe aucun entrepreneur en dehors de leur entourage qu'ils voulaient imiter, les 6 autres au contraire appréciaient très fort le succès des entrepreneurs connus par les médias ou les foires et les expositions.

IV.2.3 De l'idée à la concrétisation du projet

Selon les réponses des entrepreneurs interrogés, les sources de l'idée du projet sont comme suit :

- De l'expérience professionnelle ;
- Des formations en entreprise ;
- Des conseils et des recommandations de la famille, des amis et même des professeurs ; et d'autres agents économiques constituant des sources d'idées de projets ;
- Du désir des entrepreneurs ;
- Des salons et les foires d'exposition qui donnent des idées et des conceptions de projets.

IV.3 Analyse et interprétation des résultats obtenus

L'étude empirique a pu dégager des résultats afin de nous éclairer sur la culture des jeunes entrepreneurs algériens.

IV.3.1 Les motivations des entrepreneurs :

D'après notre échantillon d'étude, les entrepreneurs sont jeunes et ils créent leurs entreprises très tôt, soit directement après la fin d'étude, ou bien après une expérience professionnelle pour ceux qui n'ont pas un niveau d'instruction très élevé (universitaire).

IV.3.2 Le niveau d'instruction et l'expérience professionnelle

Nous décomposons notre échantillon en deux catégories :

- La première comporte ceux qui n'ont pas un niveau d'instruction élevé (diplôme CFPA et moins), mais ayant une expérience professionnelle importante, qui est généralement la source d'idée du projet d'entreprise et le choix du secteur d'activité.
- La deuxième catégorie comprend ceux qui ont un niveau d'instruction élevé (universitaire) qui est une de leur source d'idée du projet d'entreprise, mais soient ils n'avaient aucune expérience professionnelle, soit ils n'ont aucune ou peu de relations avec le choix du secteur d'activité de l'entreprise créée.

IV.3.3 L'entourage

Contrairement au cas des pays développés, ces entrepreneurs ne sont pas issus des parents entrepreneurs ; cela se justifie par la jeunesse de ce phénomène en Algérie. De plus, peu d'entre eux sont ceux qui ont voulu imiter une carrière réussie d'entrepreneurs en dehors de leur entourage.

IV.3.4 Le sens relationnel :

Pour le démarrage de leur entreprise, les entrepreneurs ne possédaient pas un tissu relationnel utilisé comme une compétence pour réussir leurs projets, seulement quelques-uns ont acquis déjà une expérience professionnelle dans le même secteur.

IV.3.5 Le financement des projets

Pour financer leurs projets, les entrepreneurs recourent tout d'abord à leur famille, puis aux organismes de l'Etat, essentiellement l'ANSEJ, qui leur facilite également l'accès aux prêt bancaire. L'épargne constitue la source de financement pour ceux qui étaient en activité avant la création de leur entreprise. La dernière source provient des aides et prêts de leur proches et amis.

IV.3.6 Les aptitudes :

Les aptitudes de nos entrepreneurs interrogés sont :

- Ils se caractérisent par la forte confiance en soi, l'esprit d'entreprendre et de diriger, le goût du risque et l'esprit de créativité et d'innovation.
- Les entrepreneurs qui n'ont pas une activité préalable s'engagent dans la voie entrepreneuriale pour créer leur propre emploi et améliorer leur niveau de vie,
- Les entrepreneurs ayant une expérience professionnelle recherchent l'autonomie, la reconnaissance sociale, veulent réussir un défi, veulent aider leur entourage (recherche de la sécurité des autres).

IV.3.7 L'engagement et le comportement :

Les entrepreneurs algériens ne s'engagent dans la voie entrepreneuriale qu'après l'appréciation d'une opportunité d'affaire et l'estimation d'un marché porteur en cherchant souvent l'autonomie, et parfois, pour changer toute une carrière professionnelle. Pour réaliser leurs projets, nous avons constaté que les entrepreneurs, qui ne sont pas dotés de compétences managériales (la plupart d'ailleurs), n'ont pas effectué de formations, ou n'ont pas eu un accompagnement.

IV.3.8 Les compétences

Les compétences dépendent de leurs propres efforts pour les améliorer, il y a ceux qui pensent qui n'ont pas besoin d'une formation ou d'accompagnement, ou faute de temps, ils n'arrivent pas à subir un accompagnement ou effectuer une formation pour améliorer leurs compétences. Seulement ceux qui ont un niveau d'instruction élevé (des universitaires), ont participé à des séminaires ou colloques concernant la création d'entreprise et son secteur d'activité avant la réalisation de leur projets, par contre, après la création, la plupart des entrepreneurs y participent.

Dans son entreprise, l'entrepreneur algérien fait tout, il est à la fois le créateur, le gérant, l'acheteur, le vendeur, le contrôleur et également un simple employé. Cela est expliqué par le nombre du personnel qui ne dépasse pas 5 employés en moyenne, ces derniers sont recrutés par le réseau des relations familiales et amicales, où l'entrepreneur emporte la confiance sur la qualification ; même si l'employé n'est pas qualifié il la lui assure. C'est pour cela, il leur délègue quelques responsabilités sans qu'il voit qu'il est obligé de les formaliser d'une manière écrite. Par ailleurs, l'absence de compétences managériales chez l'entrepreneur algérien est à l'origine de l'absence d'une vision stratégique pour son entreprise, puisque la plupart des entrepreneurs interrogés ne définissent pas leurs objectifs d'une manière précise malgré qu'ils exercent parfois dans des marchés marqués par une très forte concurrence, où leur seul avantage concurrentiel reste en premier lieu la diminution des prix, puis la qualité des produits et enfin la qualité des services après vente.

IV.3.9 Les contraintes

Le financement apparaît la contrainte la plus rencontrée par les entrepreneurs algériens non seulement avant la création de l'entreprise mais également après l'exploitation. Le manque de financement avant la création d'entreprise est étendu par l'histoire des entrepreneurs qui étaient en majorité soit des chômeurs ou des simples employés d'un côté, soit des jeunes n'ayant pas pu accumuler le capital nécessaire pour le démarrage d'une entreprise.

Par ailleurs, les difficultés et les barrières à l'accès au marché financier (les prêts bancaires) où les entrepreneurs (pour des raisons culturelles et religieuses) ne se permettent pas, ou simplement ils ne veulent pas et n'osent pas s'endetter ; et s'ils osent il n'est pas évident d'avoir l'accord bancaire à prétexte du manque de garanties généralement. Et comme dernière chance aux entrepreneurs, ils recourent aux organismes d'Etat pour avoir des aides financières et facilitation des crédits bancaires.

Le problème de financement revient également après la création d'entreprise où les entrepreneurs trouvent beaucoup de difficultés pour le recouvrement du fond de roulement et pour financer de nouveaux investissements. Cela n'est qu'une conséquence de la défaillance des compétences managériales et plus précisément dans la gestion financière et en parallèle , le problème de l'accord bancaire qui perpétue. Parmi les entrepreneurs interrogés dans notre enquête, il y a ceux qui avaient déjà créé une entreprise, puis fermée à cause des difficultés financières.

La deuxième contrainte qui figure dans les réponses des entrepreneurs questionnés est la formation, puisque la plupart d'entre eux n'avaient pas des compétences managériales capitales dans les compétences entrepreneuriales.

Malgré qu'ils fournissent des efforts personnels pour se former, mais ils restent insuffisants pour entamer une carrière entrepreneuriale. D'où apparaît le besoin en accompagnement avant et après la création d'entreprise chez ces promoteurs. Mais en contrepartie de ce besoin, ils ne pensent pas encore à subir un accompagnement ou réaliser une formation, et s'ils le pensent,

soit ils n'ont pas le temps pour faire, soit ils ne savent pas où et comment l'avoir. En cas où ils adhèrent à un accompagnement (comme le cas des adhérents au niveau de l'ANSEJ) il est juste à priori, c'est-à-dire avant le démarrage de l'entreprise, alors que l'entrepreneur a toujours besoin d'un accompagnement et en particulier dans les premières années de démarrage.

Les autres contraintes qu'affrontent souvent les entrepreneurs en Algérie sont la disponibilité d'informations, le problème du foncier et les contraintes administratives, juridiques et techniques (correspondent au produit ou service d'entreprise).

Conclusion

L'une des lacunes au développement de l'Entrepreneuriat en Algérie est l'absence de culture entrepreneuriale chez les algériens. Or, cette culture doit être en premier lieu l'apport de l'Etat algérien qui doit sensibiliser et faciliter les activités entrepreneuriales, qui doivent être vu comme le cœur du développement économique d'une nation.

Les efforts doivent être fournies à tous les niveaux : structures d'accompagnement (structure d'aide à la création d'entreprise, pépinières et incubateurs d'entreprises), les banques, les structures d'appui et de conseil et les universités.

Parmi les pratiques qui pourraient faciliter l'émergence de cette culture entrepreneuriale, on cite :

- Sensibiliser à l'entrepreneuriat, effacer l'image d'un entrepreneuriat algérien de survie en encourageant l'innovation et en mettant en lumière la détection des opportunités d'affaires ;
- Rendre les procédures administratives plus souples et l'accès au foncier industriel plus disponible ;
- Créer des structures entrepreneuriales, telles que les maisons d'entrepreneuriat, les centres de carrières et faire devenir nos universités entrepreneuriales en offrant des formations en entrepreneuriat et aussi des formations à la carte pour les entrepreneurs en difficultés ;
- Offrir un réseau d'accès facile à l'information au niveau des structures d'accompagnement : l'identification des cartographies des métiers et des activités est primordiale.

Pour survivre et prospérer à l'époque de la concurrence mondiale, plusieurs acteurs doivent y intervenir. Il n'y a pas de limites pour le développement d'activités innovantes et entrepreneuriales. Notre challenge est de développer une culture entrepreneuriale à travers plusieurs pratiques qui aideraient à émerger l'esprit d'entreprendre pour atteindre toutes les catégories algériennes.

Bibliographie

- Baccari E.; Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs tunisiens, 8^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Suisse, Octobre 2006.
- Bayad M.; Boughattas Y.; Schmitt C., Le métier de l'entrepreneur : le processus d'acquisition de compétences, 8^{er} congrès international en Entrepreneuriat et PME, Suisse, Octobre 2006.
- Chakir A, Pédagogie Entrepreneuriale : un levier pour le développement des compétences entrepreneuriales. Rapport pour l'équipe de recherche en entrepreneuriat et de PME (EREPME), Maroc, 2006.
- Fabers P., Les Motivations du chercheur Entrepreneuriat in T. Verstrete, la création d'entreprise par les chercheurs publics, Rapport pour le centre national de la recherche scientifique ; France, Janvier 2003.
- Fayolle A., Introduction à l'Entrepreneuriat. Edition Dunod, France, 2005.
- Fillion I-j ; Fayolle A, devenir entrepreneur des enjeux aux outils, édition village mondial2006.

- Hammouda N, Lassassi M, "Essai sur le Potentiel Entrepreneurial en Algérie". In 14^{ème} conférence sur les Institutions et le Développement Economique, 28-30 Décembre 2007, Caire, Egypte.
- Hernandez E.M, L'Entrepreneuriat : Approche Théorique. Edition l'Harmattan, France, 2001.
- Julien P.-A, Marchesnay M, « économie et stratégie industrielle », édition economica, 1997, France.
- Leghima A., Meguelti S., Le profil de l'entrepreneur comme facteur de succès des entreprises nouvellement créées, Colloque International : « Création d'entreprises et territoires » Tamanrasset : 03 et 04 Décembre 2006.
- Rapport de la stratégie de l'OCDE pour l'emploi, Stimuler l'esprit d'entreprise, 1998.
- Ravonjlarison C. G., Micro-crédit et entrepreneuriat dans un contexte de survie ; Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Madagascar, 2006.
- Schumpeter J. A, "The theory of economic development". In Oxford University Press 1974, London.
- Siomy M., Développement des compétences des leaders en promotion de la culture entrepreneuriale et entrepreneuriat, Thèse de Doctorat, Université Laval, Canada, 2007.
- Tounès A., Séminaire « Entrepreneuriat », Ecole Supérieure de commerce, Alger, Avril 2007.
- Tounès A.; Assala K.; Influences culturelles sur des comportements managériaux d'entrepreneurs algériens, 5^{ème} congrès international de l'Académie de l'Entrepreneuriat, 2008.
- Verstrete T., Saporta B., Création d'entreprise et Entrepreneuriat, les éditions de l'ADREG, France, 2006.
- www.dakotafoundation.org
- www.Gemconsortium.org