



**HAL**  
open science

## Entrepreneuriat et création d'entreprises. Facteurs déterminant l'esprit d'entreprise : cas de Béjaïa

Matouk Belattaf, Nacéra Nasroun

### ► To cite this version:

Matouk Belattaf, Nacéra Nasroun. Entrepreneuriat et création d'entreprises. Facteurs déterminant l'esprit d'entreprise : cas de Béjaïa. Management & sciences sociales, 2013, La Responsabilité sociale des entreprises et les PME 14 (14), pp.83-98. halshs-01860090

**HAL Id: halshs-01860090**

**<https://shs.hal.science/halshs-01860090v1>**

Submitted on 22 Aug 2018

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

# Entrepreneuriat et création d'entreprises. Facteurs déterminant l'esprit d'entreprise : cas de Béjaïa

**Matouk Belattaf**

FSEGC, LED, Université de Béjaïa  
matoukb@yahoo.fr

**Nacéra Nasroun**

Doctorante FSEGC Université de Béjaïa  
nnacera3@hotmail.com

*Une des définitions les plus courantes de l'entrepreneuriat consiste à l'associer à la création d'entreprise. La décision d'entreprendre est personnelle, souvent influencée par des facteurs environnementaux, ayant un rapport avec le vécu familial et professionnel de l'entrepreneur, tels que les aides diverses dont ils bénéficient, qu'elles soient financières, matérielles ou psychologiques. Pour les besoins de notre recherche, nous avons mené une enquête en élaborant un questionnaire regroupant une série de questions relatives à notre étude visant des créateurs d'entreprises (PME) privées au niveau de la wilaya de Béjaïa en Algérie.*

*Les résultats de la recherche montrent que la création de PME dans la wilaya de Bejaia est surtout la résultante d'un ensemble de facteurs qui sont : la disponibilité des ressources financières (apport personnel et familial), les expériences antérieures et les formations suivies par les entrepreneurs et enfin, la disponibilité d'infrastructures de base développées. En dépit de certaines incitations de la part des pouvoirs publics, le rôle de ceux-ci est souvent perçu comme ne favorisant pas suffisamment la création d'entreprise.*

*Mots clés : Entrepreneuriat, entrepreneur, intention entrepreneuriale, création d'entreprise, motivations.*

## Introduction

L'entrepreneuriat est devenu aujourd'hui un enjeu majeur pour la quasi-totalité des pays. L'ensemble des avantages qu'il génère justifie énormément l'intérêt croissant qu'il suscite. Par ailleurs, en plus de sa contribution dans la création d'emploi, dans l'innovation et le renouvellement du tissu économique,

l'entrepreneuriat peut présenter de l'intérêt pour les individus qui peuvent trouver dans des situations entrepreneuriales et plus particulièrement dans la création d'entreprise des sources de satisfaction.

Une des définitions les plus courantes de l'entrepreneuriat consiste à l'associer, parfois de façon synonymique, à la création d'entreprise. Comme le

---

souligne Verstraete dans sa définition « l'entrepreneuriat est un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion » (Verstraete et Fayolle, 2005, p. 37). La création d'entreprise est devenue aujourd'hui la source de développement et de croissance. Elle se base sur deux éléments importants, l'entrepreneur et le milieu.

L'intérêt de l'Algérie pour la petite et moyenne entreprise (PME) a été tardif. L'État a commencé à se désengager progressivement de la sphère économique, notamment en matière d'investissement, laissant le champ à l'initiative privée vers la fin des années 1980. Ce qui a été concrétisé par la création du ministère de la PME en 1992, la promulgation du code des investissements en 1993 et la mise en place de différents dispositifs d'aides à la création d'entreprises (ANDI, ANSEJ, CNAC...). Plusieurs mesures ont été prises et des institutions ont été créées afin de soutenir l'initiative individuelle. En conséquence, il y a eu une éclosion de PME dans plusieurs wilayas.

La wilaya<sup>1</sup> de Béjaïa compte parmi celles qui jouissent d'un certain pouvoir d'attractivité et de compétitivité, elle est dotée d'un tissu économique important qui la classe parmi les quatre premières wilayas du pays en termes de nombre d'entreprises privées.

L'acte d'investir est avant tout un choix et une décision d'entreprendre. Cette décision est personnelle, souvent influencée par des facteurs environnementaux, c'est-à-dire des facteurs ayant un rapport avec le vécu familial et professionnel de l'entrepreneur, tels que les aides diverses dont il bénéficie, qu'elles soient financières, matérielles ou psychologiques. Cet article veut souligner que dans le processus de création, la phase de pré-crédation ou de l'intention entrepreneuriale, dans laquelle l'entrepreneur est encore à la recherche de l'idée, est une phase très importante qui mérite beaucoup d'attention.

Notre recherche a pour objet de contribuer à une meilleure connaissance dans le domaine de l'entrepreneuriat et d'établir un profil des entrepreneurs privés permettant ainsi d'identifier les conditions d'apparition et de développement de l'esprit d'entreprise, source d'idées-projets, et de présenter les opportunités environnementales favorisant la création.

## **Les facteurs stimulant l'esprit d'entreprise**

L'entrepreneuriat est considéré comme un processus dynamique et complexe. Il est la résultante de facteurs psychologiques, socioculturels, politiques et économiques. Il prend la forme d'attitudes, d'aptitudes, de perceptions, de normes, d'intentions et de comportements qui se manifestent dans un contexte donné (Tounes, 2007, p. 74). La création d'entreprise constitue la manifestation la plus visible de l'entrepreneuriat. Elle se décline par quatre phases : la propension, l'intention, la décision et l'acte d'entreprendre.

La création d'entreprise est un phénomène complexe pouvant être abordé sous de nombreux angles. Nous avons choisi d'étudier la phase amont de la création, et plus précisément, l'intention entrepreneuriale. Hernandez (2001) note que l'intention ou la volonté est le premier élément nécessaire pour créer une organisation. Elle reflète les objectifs des créateurs. Elle se traduit par la recherche de l'information utile pour agir. En effet, l'intention, au cœur du processus entrepreneurial (Bird, 1988), présente un intérêt particulier pour comprendre le cheminement qui mène à l'acte d'entreprendre. Et il est donc stratégique de chercher à mieux cerner la phase amont de la création d'entreprise.

---

1. L'équivalent du département français.

---

## L'intention entrepreneuriale

L'intention permet de prédire les comportements. Comprendre ce processus permet d'identifier les facteurs qui motivent l'engagement d'un individu dans le processus entrepreneurial bien avant de rechercher une opportunité ou de décider quel type d'activité lancer. L'intention entrepreneuriale permettra d'expliquer les facteurs personnels et situationnels qui interviennent dans le processus de décision d'entreprendre où l'on accorde un intérêt croissant aux attitudes et aux perceptions.

L'intention entrepreneuriale est définie selon Crant (1996) par les jugements de l'individu sur la probabilité de créer sa propre entreprise. Pour Bruyat (1993), l'intention entrepreneuriale est une volonté. Bird (1988 et 1992) la définit aussi comme une volonté individuelle, une liberté, un état de l'esprit qui oriente l'attention, et par conséquent, l'expérience et l'action de l'individu vers un objectif spécifique dans le but d'accomplir une mission (créer une entreprise, décisions de croissance, de changements). Bird (1988), tout comme Krueger et Carsrud (1993), considère l'intention comme un processus qui naît avec les besoins, les valeurs, les habitudes et les croyances de l'individu. L'intention structure et guide l'action (Bird, 1988 et 1992 ; Krueger et al., 2000). Elle est une volonté personnelle, mais elle dépend aussi des variables contextuelles (Vesalainen et Pihkala, 1999).

Les intentions traduisent une véritable motivation, et aussi une tension psychologique orientée vers l'action, qui sont celles de créer ou de reprendre une entreprise. Ajzen écrit à ce sujet que « les intentions sont des indicateurs de la volonté à essayer, de l'effort que l'on est prêt à consentir pour se comporter d'une certaine façon » (Ajzen, 1991, p. 181). Ce qui semble donc caractériser l'intention, c'est la propension à faire basculer un individu dans le concret et donc à provoquer l'action en

transformant les intentions en décision d'action.

## Les motivations de l'entrepreneur

La notion d'entrepreneur est étroitement associée à celle de création d'entreprise. L'entrepreneur joue un rôle clé dans la création de nouvelles organisations et, de ce fait, apporte une contribution majeure à la croissance économique (Backman, 1983). Cette association « entrepreneur/création d'entreprise » suppose l'existence de raisons fondamentales poussant l'individu à se lancer sur un chemin nouveau, celui de la gestion d'une organisation. La personnalité des dirigeants, avec leurs expériences, leurs compétences, leurs motivations et leurs goûts personnels, joue un rôle particulièrement fondamental dans la mesure où la création de l'entreprise est pour eux un acte essentiel dans lequel ils s'expriment personnellement et se projettent dans l'avenir (Albert et Mougenot, 1988). La propension à créer une entreprise est non seulement influencée par des facteurs personnels mais également par l'environnement social, culturel et économique. Il apparaît intéressant d'identifier ces facteurs qui peuvent favoriser l'apparition et le développement de comportements entrepreneuriaux.

## Les motivations d'ordre psychologique

Plusieurs études récentes sur les entrepreneurs naissants (Menzies et al., 2002) viennent confirmer l'importance de la dynamique psychosociologique dans la création de nouvelles entreprises. Les auteurs s'entendent généralement pour reconnaître que les entrepreneurs font preuve de beaucoup de motivation et de persévérance dans leurs efforts.

- *Besoin d'indépendance* : nombre d'études de cas d'entrepreneuriat révèlent que le désir d'être indépendant et autonome est l'explication fréquemment donnée comme motif de création d'une nouvelle entreprise. Le besoin d'indépendance et

d'autonomie est considéré comme une caractéristique des entrepreneurs. Il a été reconnu comme une des motivations à entreprendre (Gasse, Tremblay, 2007, p. 9). Selon Shapero (1975), les premiers mobiles de l'entrepreneur sont le besoin d'indépendance, le désir d'être son propre patron et l'aspiration à l'autonomie. Certains traits de la personnalité des entrepreneurs peuvent faire en sorte que « leur indépendance est la chose la plus désirable au monde » (Sweeney, 1982).

- *Besoin d'accomplissement* : de nombreux auteurs font du besoin d'accomplissement ou de réalisation une motivation entrepreneuriale dominante (Fayolle, 2003, p. 62). Ce besoin d'accomplissement peut se voir associé à une volonté de créer quelque chose de nouveau ou d'appliquer des connaissances acquises antérieurement. De même, la volonté d'être fier de sa profession et satisfait de son travail (Bragard et al., 1987) peut se ranger dans cette volonté d'accomplissement. Cela suppose qu'une personne préfère devenir entrepreneur et créer sa propre affaire plutôt que de conserver un emploi frustrant ou de subir des pressions dans son entourage professionnel. Enfin, cette motivation peut encore s'interpréter comme un besoin de prouver sa valeur personnelle (Albert & Mougenot, 1988) ou comme la volonté de faire mieux que les autres.

### **Les motivations d'ordre sociologique**

Les motivations sociologiques et culturelles sont des éléments directement liés aux différents milieux connus et fréquentés par les individus, et qui peuvent jouer un rôle primordial dans l'émergence de comportements entrepreneuriaux.

- *Le milieu familial* : la famille est une institution qui contribue à façonner les attitudes et comportements de ses membres. Plusieurs recherches indiquent que les entrepreneurs proviennent le plus souvent de familles où les parents ou d'autres proches sont eux-mêmes dans les affaires. Les jeunes grandissant dans

ce genre de famille ou d'entourage considèrent leurs parents ou leurs proches comme des modèles à imiter (Gasse, 2003, p. 51). Très souvent, dans un pays où il y a beaucoup d'entreprises familiales ce phénomène est une source de création parce que le fils crée une entreprise comme le père (Sweeney, 1982). L'environnement le plus favorable pour un candidat créateur semble être un milieu familial qui associe une image positive à l'entreprise privée (Bragard et al., 1987).

L'incidence du rang de naissance a fait l'objet de plusieurs études (Hisrich et Peters, 1991, p. 57), notamment dans celle de Hennig et Jardim (1977), qui ont découvert par exemple, que les femmes cadres dirigeants ont tendance à être des aînées. Ainsi, un aîné ou un enfant unique est entouré d'une attention particulière et acquiert plus de confiance en lui. Hisrich et Brush (1983) ont, par exemple, trouvé 50 % d'aînées au sein d'un échantillon national de 468 femmes entrepreneurs.

- *L'éducation et l'expérience antérieure* : de nombreux auteurs ont insisté sur l'importance de l'enseignement dans le développement de la propension à entreprendre. Pour Fayolle, « l'enseignement, à travers les stages et la valorisation de l'image dynamique et responsable des entrepreneurs, peut susciter des vocations et sensibiliser un large public » (Fayolle, 2003, p. 65). En outre, l'enseignement permet de doter l'entrepreneur de compétences et de connaissances qu'il estime très utiles, même décisives pour la concrétisation de son projet. Ce point est d'autant plus sensible que, comme le mentionne Wtterwulghe, « de nombreuses caractéristiques entrepreneuriales ne sont pas nécessairement innées mais peuvent être acquises » (Wtterwulghe, 1998, p. 53). De plus, l'expérience antérieure peut jouer un rôle déterminant dans la création, la croissance et la réussite de l'entreprise. L'expertise peut résulter d'une expérience

fonctionnelle antérieure, d'une expérience en tant qu'indépendant, d'une connaissance d'une technique, d'une connaissance du secteur dans lequel opère ou va opérer l'organisation qu'il va créer.

- **Le territoire** : le territoire dans lequel l'entrepreneur passe sa vie personnelle ou professionnelle joue un rôle non négligeable. Un territoire peut, en effet, constituer un pôle d'attraction entrepreneuriale (Fayolle, 2003, p. 66). Il est considéré comme un déterminant grâce à la disponibilité d'atouts naturels tels que la taille, la qualité et la diversité du territoire, la richesse des sols et des sous sols, la disponibilité en eau, la douceur du climat. Nous pensons aussi aux diverses infrastructures de base (réseaux routiers, aéroport, télécommunication, réseaux d'énergie, tissu économique, ...), ainsi qu'aux ressources humaines, financières et technologiques.

Le territoire fournit aux entreprises des avantages, leur permettant de réaliser des externalités positives importantes, car à travers ses dotations matérielles et immatérielles de facteurs, le territoire peut être le cadre adéquat pour la localisation des entreprises. La disponibilité de ces dotations matérielles et immatérielles en quantités suffisantes est un puissant facteur d'attraction des entreprises auxquelles elle confère de réels avantages. À l'inverse, leur rareté relative ou leur absence joue comme un sérieux frein à l'émergence de ces entreprises et à leur développement.

Selon Marshall (1920), les éléments qui expliquent l'apparition des externalités sont :

- l'existence d'un savoir-faire local, qui réduit le coût du travail spécialisé ;
- une offre locale de matières premières, machines et services spécialisés, relativement moins chers et surtout rapidement disponibles (offre qui, dans certains cas, permet d'exploiter collectivement d'éventuelles économies d'échelle) ;

- l'accès à un flux de connaissances techniques qu'une industrie localisée tend à produire.

Nous pouvons classer ces économies en deux catégories :

- Les économies d'agglomération et de localisation apparaissent à la suite d'une concentration d'entreprises dans une zone spécifique, opérant dans le même secteur.
- Les économies d'urbanisation correspondent à des externalités de concentration liées au clustering, c'est-à-dire au phénomène de regroupement d'activités économiques différentes et proviennent des avantages liés au développement de l'urbanisation et à la proximité d'entreprises diversifiées offrant des services complémentaires, des ressources intermédiaires et des transferts d'information entre secteurs.

### Les motivations d'ordre économique

Les facteurs économiques sont les ressources informationnelles, humaines, cognitives, technologiques, financières et matérielles. Ils occupent une position clé dans la démarche entrepreneuriale. Ce sont les ressources auxquelles doit accéder l'entrepreneur afin 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 bon marché, voit forcément son taux de création d'entreprise s'accroître. Audretsch et Fritsch (1994) constatent que les nouvelles entreprises ont une plus grande propension à se localiser dans les régions où les travailleurs ont un niveau de qualification élevé plutôt que dans les zones où il y a une concentration de main-d'œuvre moins qualifiée (Capron et Lermينياux, 2009, p. 60).
- **Les ressources financières** : la disposition d'un capital financier de départ encourage l'entrepreneuriat. Ainsi, un entrepreneur ne disposant pas des moyens financiers nécessaires rencontrera plusieurs difficultés.

- **Accessibilité au marché** : l'existence de marchés ouverts influence positivement la création d'entreprise. Cependant, il existe d'autres marchés qui rendent l'implantation d'une nouvelle entreprise quasiment impossible, tels les marchés ouverts mais encombrés et les marchés fermés ou très réglementés.

Les réseaux personnels et professionnels constituent des éléments facilitateurs et des catalyseurs qui permettent de gagner du temps et de l'efficacité face à la complexité des situations et à la multiplication des démarches et procédures. Ceci justifie parfaitement le vieux dicton : « ce que vous connaissez est bien moins utile que les personnes que vous connaissez » (Fayolle, 2003, p. 67).

## Méthodologie de la recherche

Pour les besoins de notre recherche, nous avons mené une enquête auprès d'un échantillon de 58 entreprises en élaborant un questionnaire regroupant une série de questions relatives à notre étude visant des dirigeants propriétaires de PME privées au niveau de la wilaya de Béjaïa en Algérie.

L'enquête de terrain a été réalisée durant le mois de novembre 2010. Nous avons récupéré 73 questionnaires sur les 100 entrepreneurs contactés. Seulement 58 sont exploitables, ce qui représente un taux de réponse de 79,45 %. Les questionnaires restants (soit 15) ont fait l'objet de refus de répondre ou ont été mal remplis, ce qui nous a obligé à les éliminer de notre étude, pour manque de crédibilité.

Notre travail de terrain présente certaines limites, car sur le plan pratique nous ne pouvions couvrir toutes les PME privées éparpillées sur tout le territoire de Béjaïa. Ces limites sont inhérentes à :

- La faiblesse de la taille de l'échantillon ;
- La non-disponibilité de certains entrepreneurs ;

- Le refus de certains entrepreneurs de coopérer avec nous ;
- La non-conformité de quelques questionnaires ;
- L'absence des entreprises sur le terrain : soit l'entreprise n'existe plus à l'adresse communiquée, soit il s'agit d'un domicile, ou bien l'entrepreneur a cessé son activité ;
- L'absence d'un système d'information efficace et cohérent sur l'évolution réelle et le suivi de la création d'entreprises.

Nous avons opté pour la méthode aléatoire. Ce choix s'explique essentiellement par le fait que l'échantillon a été constitué de façon à éviter les non-réponses, et à réduire les coûts de l'enquête ainsi que ses délais.

## Les résultats de la recherche

### Évolution de la population des PME privées

En Algérie, la wilaya de Béjaïa occupe la quatrième position après Alger, Oran et Tizi-Ouzou. Elle compte à la fin de l'année 2011<sup>2</sup>, 17 962 PME privées soit 4,58 % du nombre total des PME enregistrées en Algérie.

En termes d'évolution, le secteur de la PME privée de Bejaia enregistre un taux de croissance de 7,59 % par rapport à l'année précédente. Cette croissance s'explique par l'importance accordée ces dernières années à l'initiative privée grâce au processus de libéralisation croissante de l'économie algérienne et à l'ensemble des mesures destinées à promouvoir l'entrepreneuriat privé.

### L'impact économique

La PME représente la forme la plus courante dans la plupart des économies. Elle est considérée comme la source de trois progrès :

2. Bulletin d'Information Statistique de la PME, mars 2012.

**Emploi** : en 2009<sup>3</sup>, les emplois créés par les PME privées ont été de 39 782 contre 1 812 pour les PME publiques. Soit une évolution de 27,25 % par rapport à l'année précédente.

**Innovation** : il est possible de parler d'existence d'activité d'innovation dans certaines PME privées. Cette activité correspond plus à des modifications et des améliorations de produits, en somme une valorisation-optimisation des moyens en place, qu'à des innovations radicales.

**Exportation** : pour l'exercice 2010<sup>4</sup>, 15 PME privées ont exporté pour un montant de 1 114 479,37 € et 15 993,00 USD. La plupart des PME exportent vers des pays magrébins et européens. Ceci peut s'expliquer par le facteur de proximité des marchés et les accords commerciaux qui relient l'Algérie avec ces régions (accord de l'UMA - Union du Maghreb arabe - et accord de libre-échange avec l'Union européenne). L'essentiel des ventes à l'étranger était réalisé par les grandes entreprises CEVITAL et IFRI.

### Répartition des entreprises par commune

Notre enquête a touché 12 communes de la wilaya de Béjaïa. La plupart des entreprises enquêtées se concentrent dans la ville de Béjaïa (24,1 %), parce qu'elle dispose de plus de commodités et d'avantages économiques comparativement aux autres villes. Ensuite

viennent des communes de la vallée de la Soummam (Akbou, 17,2 %, Ouzellaguen, 10,3 %, El Kseur et Chemini avec 8,6 % pour chacune d'elles).

### La répartition des entreprises enquêtées selon le secteur d'activité

Les entreprises enquêtées appartiennent aux différentes branches d'activité comme l'industrie, le bâtiment et les travaux publics et les services. Notre échantillon abrite huit secteurs d'activité. La plus grande fréquence revient au secteur Bâtiment et travaux publics avec 19 unités, soit 32,76 % des entreprises enquêtées, suivi de l'industrie de l'agro-alimentaire 18,97 % (11 unités) et du commerce avec 15,52 % (9 unités).

### La répartition des entreprises selon la situation entrepreneuriale

La plupart des entreprises, soit 69 %, sont de nouvelles créations. 15,5 % des entreprises enquêtées sont des extensions d'une ancienne activité et enfin 15,5 % sont des reprises d'une entreprise familiale.

3. *Rapports d'activité de la direction de la PME et de l'artisanat de la wilaya de Béjaïa, 2009.*

4. *Statistiques de la chambre du commerce et de l'industrie de Béjaïa, 2010.*

Table 1

### Répartition des entreprises enquêtées selon la situation entrepreneuriale

Situation entrepreneuriale	Fréquence	Pourcentage
Nouvelle création	40	69
extension d'une ancienne activité	9	15,5
Reprise d'une entreprise familiale	9	15,5
Total	58	100

Source : résultats de l'enquête



De plus, le rythme de création d'entreprises s'est accéléré, puisque sur un total de 58 entreprises enquêtées, 50, soit 86,2 %, ont été créées durant les années 2000.

## Les résultats de l'enquête du terrain

### Les motivations d'ordre psychologique

L'aventure entrepreneuriale se nourrit de motivations très variées. La plupart des entrepreneurs sont motivés essentiellement par la volonté d'être leur propre patron (55,17 %), d'améliorer leur situation financière (48,28 % et l'envie de contribuer à créer des emplois (37,93 %).

### Les motivations d'ordre sociologique

Les hommes représentent une part très importante, au sein de la catégorie sociale entrepreneur. En effet, 98,3 % des enquêtés sont des entrepreneurs-hommes. La part des entrepreneurs-femmes est très négligeable, seulement 1,7 % de la population enquêtée. Ceci s'explique par la moindre préférence des femmes à devenir indépendantes, la crainte de faillite qui constitue une barrière à l'activité entrepreneuriale chez les femmes ainsi que les caractéristiques de la société algérienne qui ne facilitent pas l'intégration

des femmes dans le monde des affaires. Ce qui montre que la fonction de l'entrepreneur reste fermée aux femmes.

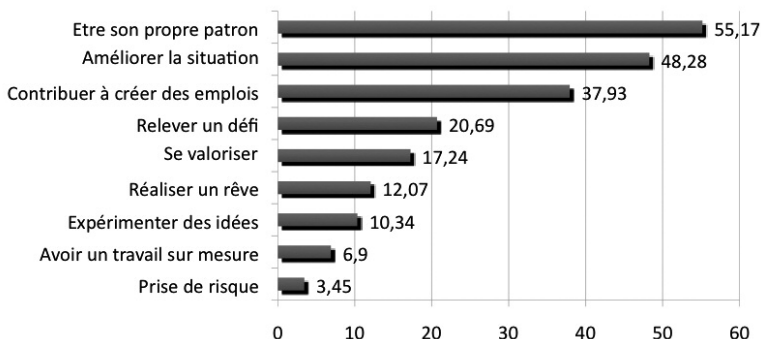
69 % des entrepreneurs se situent dans la fourchette d'âge 30-50 ans. L'entrepreneur se lance dans la création à un âge mature, après avoir acquis une importante expérience professionnelle et rassemblé les capitaux nécessaires pour l'investissement.

70,7 % des enquêtés investissent dans leur commune de naissance. Cela s'explique par l'utilisation que font les entrepreneurs de leurs propriétés familiales qui sont proches du lieu de résidence et par la volonté de participer au développement de leur région. 63,8 % des créateurs enquêtés sont à la fois propriétaire et gérant. Ils dirigent eux-mêmes leurs affaires et prennent seuls les décisions qui paraissent importantes pour leur entreprise.

### Le milieu familial

Plus de la moitié des répondants, soit 53,45 %, sont les aînés de leur fratrie. 32,76 % sont à un rang intermédiaire et 13,79 % représentent les cadets de la famille. Ces résultats sont expliqués par la coutume locale du droit d'aînesse. Les aînés ont tendance à être choisis pour succéder au père.

**Graphique 1**  
**les motivations des entrepreneurs**



Les entrepreneurs sont issus de différents milieux. Certains ont vécu dans un milieu de salariés et d'autres ont été entourés d'entrepreneurs. L'enquête fait ressortir que 34,5 % des entrepreneurs enquêtés proviennent d'une famille entrepreneuriale. En effet, le fait d'avoir un père qui travaille en tant qu'indépendant marque fortement l'entrepreneur. S'agissant de la profession de la mère, 96,55 % des entrepreneurs affirment avoir une mère sans profession.

63,8 % des enquêtés estiment que leurs parents ont exercé une grande influence sur eux. Ceci montre que les parents jouent un rôle dans la consolidation de la personnalité de l'entrepreneur et dans son engagement dans l'aventure de l'entreprise.

56,9 % des entrepreneurs enquêtés affirment ne pas être les seuls de la famille à être dans les affaires, puisqu'ils ont souvent un père, un frère ou un cousin entrepreneur.

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. Ainsi, disposer d'un entourage entrepreneurial constitue des

opportunités non négligeables de recevoir des conseils ou de s'imprégner du métier de dirigeant.

#### **La situation professionnelle antérieure**

L'expérience professionnelle joue un rôle important dans le choix du secteur d'activité. En effet, 56,9 % des enquêtés ont déclaré avoir travaillé et acquis suffisamment de compétences dans un secteur similaire à celui où ils ont créé leurs entreprises. 79,3 % des entrepreneurs ont signalé avoir une expérience professionnelle et des compétences dans d'autres domaines. 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.

#### **Niveau d'instruction des entrepreneurs**

Les études et formations suivies ont également une influence sur le choix du secteur d'activité. Outre le savoir, les études apportent prestige, savoir-faire et accès à un nombre de réseaux informels. Le tableau 2 montre que la majeure partie des entrepreneurs enquêtés ont un niveau d'études supérieur (43,1 %) ou secondaire (36,2 %). 31 % sont issus de la formation professionnelle. 15,5 % ont un niveau

*Table 2*

### **Niveau d'instruction des entrepreneurs**

Niveau d'étude	Fréquence	Pourcentage
Primaire	3	5,2
Moyen	9	15,5
Secondaire	21	36,2
Supérieur	25	43,1
Total	58	100

fondamental. Le pourcentage des entrepreneurs ayant un niveau primaire n'est que de 5,2 %.

### L'origine de l'idée de la création d'entreprise

Nous constatons que les réseaux informels dominent, car peu d'entrepreneurs (seulement 4,29 % des enquêtés) ont recouru aux bureaux d'étude pour les orienter et les conseiller. En revanche l'appui de la famille, des amis et voisins est très apparent. Les relations familiales et personnelles sont dans 48,28 % des cas à l'origine de l'idée de création de l'entreprise. En deuxième position vient la connaissance d'un projet similaire avec 34,29 % ce qui montre

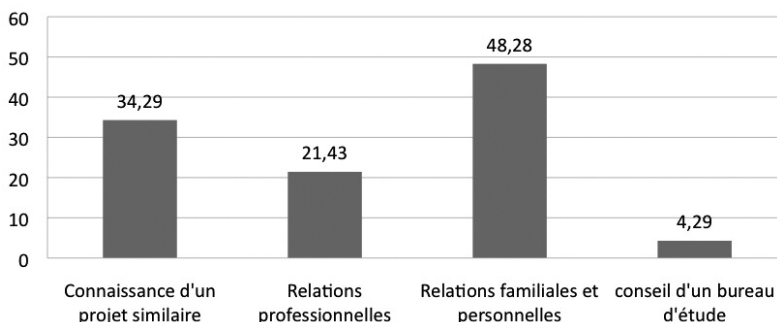
l'importance du phénomène d'imitation. Enfin l'influence des relations professionnelles a été primordiale pour 21,43 % des enquêtés.

### Les motivations d'ordre économique

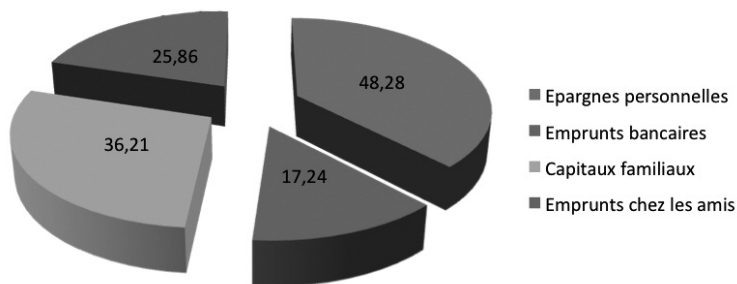
#### Structure du financement initial

Les résultats montrent que les capitaux initiaux investis proviennent essentiellement de l'épargne personnelle des entrepreneurs (48,28 %) et des capitaux familiaux (36,21 %). 25,86 % des entrepreneurs ont emprunté de l'argent à des amis et en dernière position viennent les emprunts bancaires (17,24 %). Cette faible part des financements bancaires

**Graphique 2**  
**Origine de l'idée de création**



**Graphique 3**  
**Structure du financement initial**



s'explique par la difficulté d'accéder aux crédits bancaires ou par la volonté des entrepreneurs de rester indépendants et autonomes en s'appuyant sur les ressources familiales.

De plus, 75,9 % (44 entreprises) n'ont pas bénéficié d'aide de la part des organismes publics. Seulement 14 entreprises ont bénéficié des avantages des dispositifs ANSEJ et ANDI avec une part de 12,1 % pour chacun d'eux.

### Les situations qui ont déclenché le processus de création de l'entreprise

Il ressort de notre enquête que 36,2 % des entrepreneurs ont lancé leur entreprise

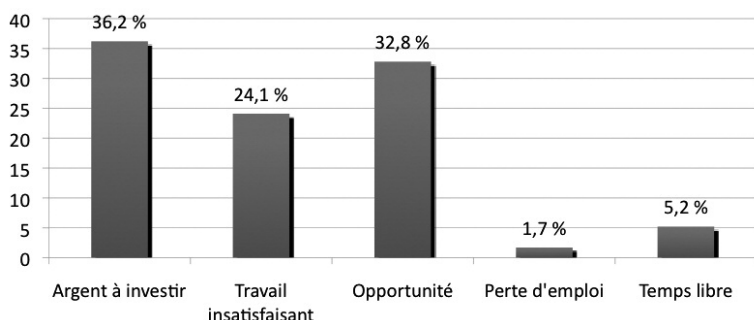
parce qu'ils avaient de l'argent à investir. Cet argent provient essentiellement de l'épargne personnelle et de capitaux familiaux. 32,8 % des entrepreneurs ont déclaré que le point de départ dans leur création a été une occasion saisie.

### Les déterminants du choix de secteur d'activité

Nous constatons que le facteur principal est l'existence d'un savoir-faire et d'une expérience antérieurs (48,28 %). En effet, la majorité des entrepreneurs ont signalé avoir acquis suffisamment d'expérience et de savoir-faire dans le même secteur que celui où ils ont créé leur entreprise. Certains entrepreneurs (soit 43,10 % des enquêtés)

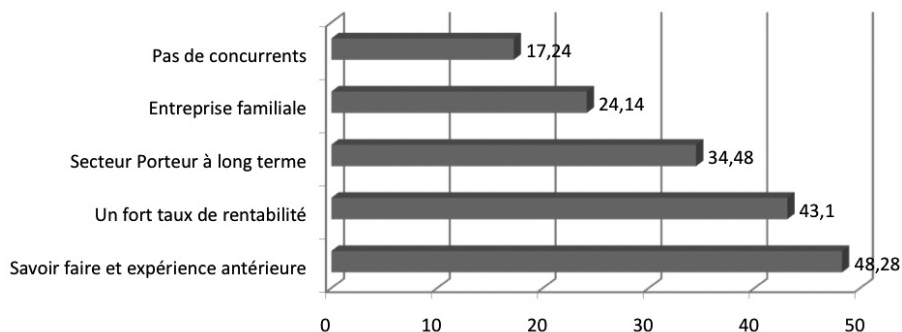
Graphique 4

### Les situations qui ont déclenché le processus de création



Graphique 5

### Les déterminants du choix du secteur d'activité



ont déclaré avoir choisi un secteur parce qu'il est caractérisé par un fort taux de rentabilité.

### Les opportunités environnementales favorisant la création

L'acte d'entreprendre n'est pas seulement lié aux caractéristiques de l'entrepreneur mais il est également déterminé par les facteurs environnementaux. Il ressort de notre enquête que 63,79 % des enquêtés ont localisé leurs activités dans les agglomérations urbaines. Cela s'explique par les avantages qui se présentent au sein des agglomérations. La moitié (50 %), l'ont fait pour la proximité avec d'autres activités. Ce qui présente des atouts certains et favorise des contacts directs avec les autres entrepreneurs. Cette proximité permet la circulation d'informations concernant le processus de production, le produit et le marché. Elle permet également de bénéficier

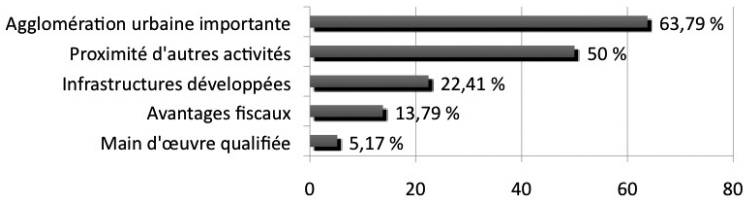
d'une certaine publicité, d'être connu par des clients ou fournisseurs. La proximité permet également de discuter des différents problèmes rencontrés par les entrepreneurs concernant les aménagements, l'alimentation en énergie et les problèmes du foncier.

### Choix de localisation et proximité

Le graphique montre que le choix du secteur d'activité dans la région s'explique en majorité, soit 28 entreprises (48,28 %), par l'existence du marché aval (débouchés/clients) et 31,03 % par l'existence d'entreprises de secteur complémentaire. Ce qui renvoie à l'importance de la proximité géographique dans les choix de localisation. 16 entrepreneurs (soit 27,59 %) ont donné comme motif le fait que le secteur choisi est vierge. C'est-à-dire que certaines activités

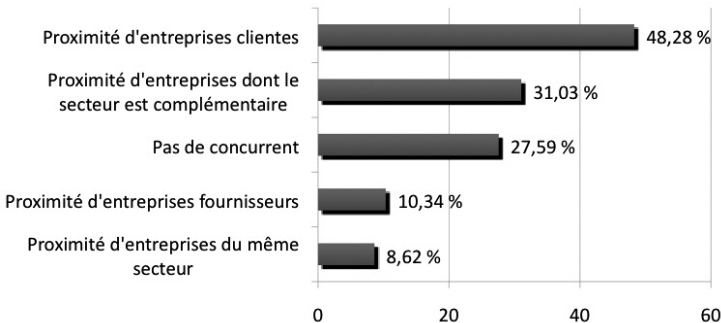
Graphique 6

### Les opportunités environnementales favorisant la création



Graphique 7

### Les facteurs à l'origine de localisation du projet



n'existaient pas encore, et offraient des créneaux d'investissement non exploités, constituant ainsi une opportunité à saisir.

### Contraintes à la création d'entreprise

En réalité, les entrepreneurs privés algériens sont soumis à plusieurs contraintes significatives. À titre d'exemple, l'administration est souvent décriée par les entrepreneurs (56,9 %) parce qu'elle constituerait un frein au développement des entreprises privées. En effet, le système administratif est beaucoup plus centré sur ses propres intérêts que sur ceux qui constituent sa raison d'être.

Sont critiqués également le manque de collaboration et l'absence d'intégration des institutions financières (43,1 %). La relation entre les PME et les banques est problématique, difficile et caractérisée essentiellement par les tracasseries administratives et la lourdeur bureaucratique. Il semble, en fait, que l'absence de garanties suffisantes pour les banques et la faible préparation du système bancaire à prendre en compte les problèmes spécifiques des PME privées, dressent des barrières à la création d'entreprises. Ces barrières sont porteuses de découragements. Plus encore, les pratiques du commerce

informel et spéculatif (32,76 %), source de concurrence déloyale et facteur de déstabilisation d'une économie de marché naissante, compromettent toute approche économique positive et constructive à tel point que certains considèrent que l'acte d'entreprendre est suicidaire.

Les principales recommandations des entrepreneurs sont :

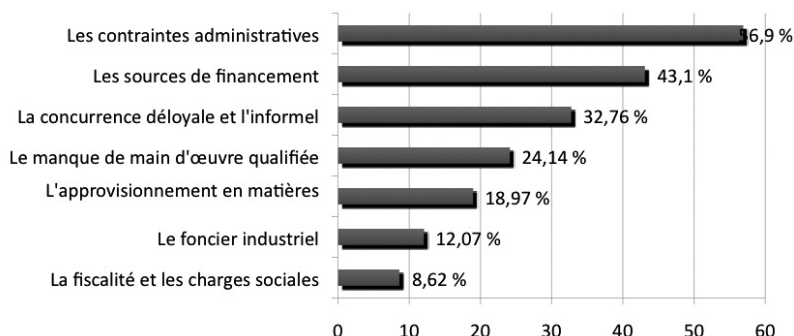
- améliorer les services administratifs et la lutte contre la bureaucratie,
- faciliter l'accès au financement et au foncier industriel,
- améliorer le système de formation pour les besoins de l'économie,
- lutter contre la concurrence déloyale, le marché informel et la contrefaçon.

### Conclusion

Notre recherche avait pour objectif de présenter l'intention entrepreneuriale des entrepreneurs et d'identifier les raisons poussant l'entrepreneur privé à créer son entreprise. Plus précisément, nous nous sommes interrogés sur le profil personnel de l'entrepreneur, ses origines sociales, ses trajectoires professionnelles, ses motivations et les déterminants de son action et enfin les opportunités environnementales favorisant la création.

Graphique 8

### Les déterminants du choix du secteur d'activité



La création des richesses dans une société est le fruit du dynamisme et de la compétitivité de son tissu industriel, la création d'entreprises en constituant un élément fondamental.

Cette création se base sur plusieurs éléments importants :

- d'abord, l'entrepreneur est un élément essentiel de cette richesse grâce à son travail et à la décision de création. Il s'occupe de la mobilisation et de l'allocation des ressources, la recherche d'opportunités, la recherche de la position la plus profitable pour son entreprise. Les entrepreneurs privés de la wilaya de Béjaïa constituent, comme nous l'avons vu, un groupe social hétérogène, aux origines sociales et professionnelles diverses, et ayant suivi des itinéraires multiples. Ils sont motivés, principalement, dans leur acte d'entreprendre par la recherche d'autonomie, le gain d'argent et la volonté de créer de l'emploi.
- ensuite, le milieu dans lequel se déroule l'action de l'entrepreneur l'influence, que ce soit dans l'avènement de l'idée de la création ou tout au long du cycle de vie de l'entreprise. Toutefois, une des plus remarquables caractéristiques des entrepreneurs est qu'ils sont fréquemment issus de milieux familiaux qui favorisent la fonction entrepreneuriale. En effet, l'environnement familial et professionnel a un effet déterminant dans l'action de création.

En ce qui concerne l'implantation géographique des entreprises, 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.

- enfin, la création d'entreprise dans la wilaya de Bejaïa est la synthèse d'un engagement individuel et d'un environnement qui paraît favorable à l'entrepreneuriat. Elle est beaucoup plus la résultante d'un ensemble

de facteurs liés à l'environnement immédiat de l'entrepreneur (relations familiales, amicales et professionnelles) que le résultat d'un processus encadré par des organismes publics.

La réalisation d'un projet d'investissement demeure difficile, vu la complexité et la rigidité du climat des affaires dans la wilaya de Bejaïa. En effet, nous avons constaté à travers notre enquête que les entrepreneurs sont soumis à plusieurs contraintes. Les principaux obstacles à l'entrepreneuriat privé, tels qu'ils sont perçus par les entrepreneurs eux-mêmes, sont principalement d'ordre administratif (complexité et lenteur des procédures administratives) ou financier (rigidité des banques) ou encore la concurrence déloyale et l'informel.

Nous suggérerons les quelques recommandations ci-après :

- Il serait nécessaire de rénover le fonctionnement de l'administration, de la fiscalité et des structures d'appui aux entreprises, afin de marginaliser les comportements bureaucratiques.
- Il convient d'envisager la création d'institutions financières spécialisées dans l'appui à l'entrepreneuriat et susceptibles de renforcer les fonds propres des PME.
- Il nous semble très utile d'inculquer l'esprit entrepreneurial à la population, en introduisant par exemple des cours d'entrepreneuriat dans les écoles et établissements de formation. Parallèlement, à l'égard des entrepreneurs réels, il faut engager des formations spécifiques répondant aux exigences du terrain et du marché.
- Il convient d'améliorer durablement l'organisation, le fonctionnement et l'efficacité des organismes chargés de la gestion du foncier industriel, en les structurant en véritables services d'appui à la promotion de l'entrepreneuriat. En effet, la modernisation du cadre de gestion des zones d'activités est un des axes les plus sensibles des politiques de développement de la PME.

Il en ressort que l'entrepreneur recherche des appuis dans son environnement de proximité et que la logistique locale constitue une réponse à ses attentes. De ce fait, sans une stratégie saine d'infrastructure locale et de services de soutien aux entreprises, sans une administration locale efficace, sans la possibilité pour les entrepreneurs d'obtenir des aides auprès des instances locales, les économies basées sur l'entrepreneuriat sont menacées d'échec.

Un prolongement intéressant de l'étude présente serait de modéliser les déterminants de la création d'entreprise dans la wilaya de Béjaïa en utilisant la méthode d'élimination pas à pas des variables les moins significatives, c'est-à-dire celles qui expliquent peu le phénomène de l'intention entrepreneuriale.

Une autre alternative à propos des facteurs stimulant l'esprit d'entreprendre est d'effectuer une étude comparative avec d'autres régions (environnements). Une telle étude consisterait à confirmer nos résultats par un échantillon plus large et fiable. Elle permettrait aussi de dégager les différences et les ressemblances des facteurs de motivation des entrepreneurs.

Finalement, la question, étroitement liée à la question des déterminants de la création, de la survie et la pérennité de jeunes nouvelles entreprises, ayant un potentiel important de croissance, mais aussi un risque d'échec élevé, s'avère cruciale. L'accompagnement de ces entreprises doit donc être au centre des débats, et notamment les caractéristiques de l'entreprise au démarrage et le profil du créateur en tant que facteurs de succès, ce qui constituerait un autre volet de recherche, d'autres perspectives de recherche.

## Références bibliographiques

Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior, Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.

Albert, P. & Mougnot, P. (1988), La création d'entreprises high-tech, *Revue Française de Gestion*, n° 68, mars-avril.

Audretsch D.B. & Fritsch, M., (1994). The Geography of Firm Birth in Germany, *Regional Studies*, 28(4), 359-365.

Backman, J. (1983), *Entrepreneurship and the Outlook for America*, New York : The Free Press.

Bird, B.J. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas : The Case for Intention, *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.

Bird, B.J. (1992). The Operation of Intentions in Time : The Emergence of the New Venture, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(1), Fall, 11-20.

Bragard, L., Donckels, R., Michel, P., Demarche, M.P. & Dupont, B. (1987). *Le nouvel entrepreneur*, Université de Liège.

Bruyat, C. (1993). *Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation*, Thèse pour le doctorat en Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès-France (Grenoble II).

Bulletin d'Information Statistique de la PME n°20, Mars 2012, site internet : [www.mipmepi.gov.dz](http://www.mipmepi.gov.dz)

Bulletin d'Information Statistique de la chambre du commerce et de l'industrie de Béjaïa, 2010.

Capron, H., Lermينياux, G. & Marcourt, J.-C. (2009, 5 juin). *Entrepreneuriat et création d'entreprises: Facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise*, Bruxelles : de Boeck.

Crant, J.M. (1996). The Proactive Personality Scale as a Predictor of Entrepreneurial Intentions, *Journal of Small Business Management*, 34(3), 42-49.

Fayolle, A. (2003). *Le métier de créateur d'entreprise*, Paris : éditions d'Organisation.

Gasse, Y. (2003). L'influence du milieu dans la création d'entreprises, Centre d'Entrepreneuriat et de PME, Québec, université Laval : *Organisations et Territoires*, 12(2), 49-56.

Gasse, Y. & Tremblay, M. (2007, 6-9 Juin). *L'impact des antécédents sur les perceptions, attitudes et intentions des étudiants collégiaux et universitaires à l'égard de l'entrepreneuriat*, XVIème Conférence Internationale de Management Stratégique Montréal.  
Hennig, M. & Jardim, A. (1977). *The Managerial Woman*, Garden City, NY : Anchor Press/Doubleday.



Hernandez, É.M. (2001). *L'entrepreneuriat : approche théorique*, Paris : L'Harmattan.

Hisrich, R.D. & Brush C.G. (1983). The Woman Entrepreneur : Implications of Family, Educational and Occupational Experience, In J. A. Hornaday, J. A. Timmons & K. H. Vesper (Eds.), *Frontiers of Entrepreneurial Research* (pp. 255-270), Boston, MA : Babson College.

Hisrich, R.D. & Peters, M.P. (1991). *Entrepreneurship : lancer, élaborer et gérer une entreprise*, Paris : Economica.

Krueger, N.F. & Carsrud, A.L. (1993). Entrepreneurial Intentions : Applying the Theory of Planned Behaviour, *Entrepreneurship and Regional Development*, 5, 315-330.

Krueger, N.F., Reilly, M.D. & Carsrud, A.L. (2000). Competing Models of Entrepreneurial Intentions, *Journal of Business Venturing*, 15(5/6), 411-432.

Marshall, A. (1920). *Principles of Economics*, New York : Macmillan, 8e édition, Londres, 731 p.

Menzies, T.V., Gasse, Y., Diochon, M. & Garand, D. (2002, June). *Nascent Entrepreneurs in Canada : An Empirical Study*, Paper presented at the ICSB 47th World Conference, San Juan, Puerto Rico.

Rapport d'activité de la direction de la PME et de l'artisanat de la wilaya de Béjaïa, 2009.

Shapero A., (1975). The Displaced, Uncomfortable Entrepreneur, *Psychology Today*, 7(11), 83-89.

Sweeney, G. (1982). *Les nouveaux entrepreneurs, Petites entreprises innovatrices*, Paris : éditions d'Organisation, 64-79.

Tounes, A. (2003, décembre). *L'intention entrepreneuriale*, Thèse pour le doctorat en Sciences de Gestion, Université de Rouen.

Vesalainen, J. & Pihkala, T. (1999). Motivation Structure and Entrepreneurial Intentions, in *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College.

Verstraete, T. & Fayolle, A. (2005). Paradigmes et entrepreneuriat, *Revue de l'entrepreneuriat*, 4(1).

Wtterwulge, R. (1998). *La PME : une entreprise humaine*, avec la collaboration de Frank J., Paris-Bruelles de Boeck université.

#### **Matouk Belattaf**

Professeur d'Économie et enseignant-chercheur à la faculté des Sciences économiques, commerciales et des sciences de Gestion (FSECG), et directeur de recherche au laboratoire d'Économie et Développement (LED) de l'Université de Béjaïa (Algérie). Il est titulaire d'une licence (1982, Constantine), d'un magistère (1987) et d'un doctorat d'État (1991), de l'Université d'Économie de Poznań (Pologne). Il est l'auteur de deux ouvrages, *Localisation industrielle et aménagement du territoire : aspects théoriques et pratiques*, OPU-Alger 2009 et *Économie du développement*, OPU-Alger 2010 ; d'une trentaine d'articles dans des ouvrages collectifs et/ou des revues de renommée internationale (CREAD-Alger ; Management et Gouvernance-Grenoble, Revue d'Économie de Targoviste-Roumanie,...) et de plus de quatre-vingt communications dans des manifestations scientifiques internationales, touchant divers domaines : Entrepreneuriat, PME, Développement, Aménagement du territoire, Environnement, Migrations internationales, Géographie économique, Intégration économique (UE), Transports, Compétitivité, Attractivité, TICs et Économie de la connaissance, auxquels s'ajoutent sept projets de recherche réalisés et/ou en cours. Il a, en outre, encadré 8 doctorats, une vingtaine de magistères, une dizaine de masters et une vingtaine de licences (Bac + 4). « La société de l'information dans le monde : état des lieux et perspectives, (avec A. Mouloud) in C. Martin et G. Maciejewski (dir.), « La société de l'information. Perspective européenne et globale / l'espace européen de l'information », *Zeszyty Naukowe Wydziałowe (Cahiers scientifiques)*, n° 149, Université économique de Katowice. « Le commerce électronique en Algérie : Vers de nouvelles formes de vente en ligne » (avec A. Makhloufi); in « La société de l'information. Perspective européenne et globale / l'espace européen de l'information », *Zeszyty Naukowe Wydziałowe (Cahiers scientifiques)*, n° 150, Université économique de Katowice.

#### **Nacera Nasroun**

Maître assistante et doctorante à l'université Abderrahmane Mira de Béjaïa en Algérie. Titulaire des diplômes : Magistère en management économique des territoires et entrepreneuriat, «Dynamique entrepreneuriale et déterminants de la création des PME cas Wilaya de Béjaïa », licence en management « la gestion des connaissances et des compétences » et DEUA en informatique de gestion «Crédit d'investissement ». Deux participations dans des colloques internationaux à savoir : « Les déterminants de la création des PME : cas de la wilaya de Béjaïa » en avril 2012 et « L'entrepreneuriat et l'innovation : la part de l'innovation dans la création des entreprises; cas de la wilaya de Béjaïa » en avril 2013, à l'université d'Ouargla. Participation aux deux journées d'études sur « les politiques publiques d'appui à la création d'entreprises, quels impacts sur la dynamique entrepreneuriale et la résorption du secteur informel ? », en mai 2013 à l'université de Béjaïa. « L'UE et la société de l'information : état des lieux et perspectives » in C. Martin et G. Maciejewski (dir.), « La société de l'information. Perspective européenne et globale / l'espace européen de l'information », *Zeszyty Naukowe Wydziałowe (Cahiers scientifiques)*, n° 149, Université économique de Katowice.