

**REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA
RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE Mouloud MAMMERI DE TIZI-OUZOU**

**FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, DES SCIENCES
COMMERCIALES ET DE GESTION
DEPARTEMENT DES SCIENCES ECONOMIQUES**

***M*émoire**
**en vue de l'obtention du diplôme
de magister en Sciences de Gestion
Option: Management des entreprises**

Thème

**Impact des politiques d'aide à l'entrepreneuriat sur l'émergence
d'esprit d'entreprise chez les jeunes.**

Cas : ANSEJ de Tizi-Ouzou.

**Dirigé par :
Docteur LEGHIMA Amina**

**Présenté par :
M^r FIRLAS Mohammed**

Devant le jury composé de :

**Président : M^r SI-MOHAMED Djamel, Maître de Conférences (A), UMMTO.
Rapporteur : M^{me} AISSAT née LEGHIMA Amina, Maître de Conférences (A), UMMTO.
Examineurs : M^{me} AKNINE Rosa, Maître de Conférences (B), UMMTO.
M^r OUKACI Kamel, Maître de Conférences (A), Université Bejaïa.**

Date de soutenance : Juin 2012.

A la mémoire de mon père.
A ma mère, mon frère et ma sœur.
A tous ceux qui me sont chers.

Remerciements

Mes remerciements s'adressent aux nombreuses personnes qui m'ont apporté aide et soutien tout au long de l'élaboration de ce mémoire.

Je remercie tout particulièrement :

- Cette recherche n'aurait sans doute été que l'ombre d'elle-même sans le soutien constant, la présence de mon directeur de recherche, Docteur *AISSAT née LEGHIMA Amina*. La disponibilité dont elle a fait montre, les conseils toujours judicieux qu'elle m'a prodigués, la grande rigueur théorique et méthodologique qu'elle m'a inculquée.
- Je suis très reconnaissant aux membres du jury qui m'ont fait l'honneur d'accepter d'examiner et d'évaluer ce travail. Je remercie en particulier Docteur *AKNINE Rosa* et Docteur *OUKACI Kamel* pour avoir accepté l'invitation à participer au jury de thèse et à rapporter sur mon travail, et pour l'intérêt qu'ils ont bien voulu manifester à mon travail.
Je remercie également le Docteur *SI MOHAMED Djamel* qui me fait l'honneur de présider ce jury. Qu'ils trouvent ici l'expression de ma très respectueuse reconnaissance.
- Et qu'aurait été cette recherche sans le milieu de pratique qui m'a accueilli, qui a cru en mon projet de recherche, qui m'a permis d'avoir accès à toutes les informations dont j'avais besoin et qui a fait en sorte de faciliter toutes les démarches. Je tiens à remercier le formateur de l'ANSEJ de Tizi-Ouzou, Mr *HAMMOUR Abdelghani*.
- Merci à vous tous qui avez contribué, de près ou de loin, à un moment ou à un autre de cette recherche, à me soutenir, à me guider ou à me remettre en question. Sans vous, cette recherche n'aurait sans doute pas été pareille.

Sommaire

Introduction générale.....	03
Chapitre1 : L’entrepreneuriat et esprit d’entreprise chez les jeunes.....	11
Introduction.....	11
Section 1 : Les théories explicatives de l’entrepreneuriat des jeunes.....	13
Section 2 : L’esprit d’entreprise : éléments de définition.....	25
Section 3 : La création d’entreprise.....	47
Conclusion.....	58
Chapitre 2 : Valoriser l’esprit d’entreprise : le rôle des politiques publiques.....	59
Introduction.....	59
Section 1 : La nécessité d’encourager l’esprit d’entreprise.....	61
Section 2 : Les politiques publiques d’aide à l’entrepreneuriat.....	71
Section 3 : L’accompagnement comme élément clé d’une politique publique d’encouragement à l’entrepreneuriat.....	82
Conclusion.....	98
Chapitre 3 : Evolution de l’entrepreneuriat et les politiques publiques en faveur de la création d’entreprise en Algérie.....	99
Introduction.....	99
Section 1 : Hétérogénéité des systèmes entrepreneuriaux et évolution des politiques publiques d’encouragement à l’esprit d’entreprise en Algérie.....	103
Section 2 : La petite entreprise et son financement en Algérie.....	114
Section 3 : Les dispositifs et les structures d’aide et d’accompagnement à la création d’entreprise en Algérie.....	125
Conclusion.....	141
Chapitre 4 : les aspects méthodologiques de la recherche, résultats, interprétation et analyse.....	142
Introduction.....	142
Section 1 : La démarche méthodologique.....	143
Section 2 : Résultats de l’enquête réalisée auprès d’un échantillon de jeunes entrepreneurs qui sollicitent l’ANSEJ de Tizi-Ouzou.....	152
Section 3 : Analyse de l’impact des politiques entrepreneuriale sur l’esprit d’entreprise des jeunes suite au recueil d’informations.....	173
Conclusion.....	186
Conclusion générale et recommandations.....	188
Bibliographie.....	199
Annexes.....	201
Tables des figures.....	224
Tables des tableaux.....	225

***Introduction générale
&
Problématique***

Introduction générale :

Présentement, dans les pays post-socialistes qui ont connu une vague de réformes économiques et un processus de transition vers l'économie libérale tels que l'Algérie, l'importance de la création d'entreprise et par la suite des promoteurs créateurs est vitale pour la dynamique de développement.

L'Algérie est engagée dans un processus de transformation de son système politique et économique. En l'espace de quelques années, les systèmes reposant sur une planification centralisée et des grands complexes industriels ont été démantelés, les entreprises d'Etat ont été privatisées, les prix et le commerce ont été libéralisés et un cadre juridique et institutionnel adapté à une économie de marché a été, pour une large part, construit. L'entrepreneur est désormais placé au cœur des politiques de transition vers l'économie de marché. Il remplit un certain nombre de fonctions socio-économiques telles que : création d'emploi, soutien de l'innovation, amélioration de la concurrence et diminution de l'inégalité sociale entre autres indispensable pour le bon fonctionnement de l'économie de marché

Nous signalons que l'entrepreneuriat en Algérie est né grâce aux réformes engagées par les pouvoirs publics il y a un peu plus de 20 ans. C'est à partir des années 1990, suite aux changements sur tous les plans, internes et externes qui ont fait que l'Algérie s'oriente vers une nouvelle organisation ayant pour pierre angulaire encourager et développer l'esprit d'entreprise.

Cependant, l'activité entrepreneuriale a pris tout son essor, à savoir la liberté des entrepreneurs à créer des entreprises dans des secteurs de leur choix, et ce grâce à la levée du monopole de l'Etat sur l'activité économique et libérant les initiatives privées où l'Etat a été pendant plus de 30 ans le principal entrepreneur. Ainsi, un premier code des investissements était mis en place pour la première fois en Algérie en 1993.

Cette libéralisation de l'économie algérienne qui a été marquée dès le début de la décennie quatre vingt dix par l'application des réformes économiques (réformes fiscales, réformes bancaires, libéralisation des prix, libéralisation du commerce extérieur) qui convergent vers un certain libéralisme réclamant "davantage d'Etat facilitateur" et accompagnateur de l'initiative privée. Cette transition bouleverse profondément la politique économique du pays.

L'entrepreneuriat, levier de la création de richesses et d'emplois, désormais fait partie des stratégies de reconversion conduites par les pouvoirs publics, où la création d'entreprise constitue une solution au problème d'exclusion social surtout le chômage des jeunes de plus en plus considérable dans la société algérienne.

A partir de là, une nouvelle approche est mise en œuvre visant à développer l'esprit d'entreprise et l'initiative privée. L'Algérie opte pour un recentrage dans le sens d'un renforcement au profit de la petite entreprise. On assiste à une redéfinition du rôle de l'Etat facilitateur et accompagnateur de l'initiative privée. Cette tendance constitue au préalable un stimulant au développement de l'esprit d'entreprise vecteur du changement et de la croissance économique.

Cette volonté d'encouragement a cependant été associée à une autre idée très tentante, celle de la création d'entreprise comme une des solutions à la résorption du chômage, dont le taux est resté très élevé. Outre ses fonctions traditionnelles, l'entrepreneuriat peut contribuer à la création et à l'évolution efficaces d'un marché naissant et des institutions qui l'accompagnent, mais aussi à la compréhension publique et individuelle de ce qui constitue une économie de marché. La création d'entreprises représente pour les individus un changement important par rapport aux anciens schémas de comportement dans un contexte d'économie planifiée et centralisée où l'initiative privée était illégale. L'entrepreneuriat et la petite entreprise individuelle sont deux éléments de l'analyse de l'esprit d'entreprise qui revêtent une importance particulière dans le contexte des économies en transition.

La création d'emplois via la promotion de l'entrepreneuriat est aujourd'hui l'une des grandes priorités de la politique économique algérienne. C'est pourquoi une grande partie des financements de l'encouragement à la création le furent en direction des demandeurs d'emploi, c'est-à-dire que les jeunes constituent une cible privilégiée de sensibilisation et d'encouragement à l'esprit d'entreprise.

Ces politiques ont pour but de mettre en place un climat économique général propice à la création des entreprises (fiscalité et réglementation) et de stimuler l'entrepreneuriat par un ensemble de mesures spécifiques incitatives (aides financières, exonérations fiscales,...)

Les pouvoirs publics sont désormais conscients de la nécessité d'encourager et développer l'esprit d'entreprise et la culture entrepreneuriale, et ont assigné à des institutions publiques les tâches de concevoir des politiques spécialement ciblées sur l'entrepreneuriat.

Dans le cadre de sa stratégie de réforme, les autorités publiques ont mis en place des organes et des dispositifs nationaux destinés à promouvoir l'initiative individuelle et stimuler l'activité entrepreneuriale et le goût d'entreprendre à l'image de l'ANSEJ, ANDI, CNAC, ANJEM,...

Le but de la présente étude n'est pas de dresser un profil de l'entrepreneur idéal qui préciserait toutes les combinaisons de caractéristiques et de compétences requises; mais de dresser un inventaire des qualités, compétences et conditions qui, selon les entrepreneurs, semblent nécessaires pour aboutir à une création d'entreprise réussie. En effet, qui est le plus à même de nous en informer si ce n'est les entrepreneurs eux-mêmes ?

Présenter un état des lieux des principaux positionnements théoriques et contextuels des auteurs ayant décrit les concepts liés à l'entrepreneuriat des jeunes, esprit d'entreprise, à l'entrepreneur et à la notion de création d'entreprise fera l'objet de notre premier chapitre.

Dans le deuxième chapitre notre étude se focalisera sur le rôle de l'Etat à travers de différents instruments dans l'encouragement des entrepreneurs et les jeunes en particulier. Et comment un dispositif d'accompagnement peut-il contribuer au développement d'une culture et d'un esprit entrepreneurial.

Quant au troisième chapitre, il fera l'objet d'un éclairage global sur l'évolution des systèmes entrepreneuriaux en Algérie, ainsi le cadre réglementaire et institutionnel en faveur de l'entrepreneuriat et la création des entreprises.

Compte tenu des considérables études et de la complexité des modèles qui sont proposés pour caractériser le champ de l'entrepreneuriat, nous avons souhaité restituer une représentation suffisamment pertinente de la réalité. Nous estimons que la connaissance des comportements entrepreneuriaux dépend du travail de terrain. C'est la raison pour laquelle notre travail se base sur une approche qualitative, par le biais d'entretiens par questionnaire, cherchant à repérer les profils et spécificités des personnes interrogées et à recueillir des informations relatives aux qualités et compétences qu'elles mettent en œuvre. Par conséquent, nous traiterons, dans le dernier chapitre, la méthodologie retenue dans le cadre de notre étude.

1. Enoncé de la problématique :

La création d'entreprise représente aujourd'hui un enjeu économique et social important dans le monde. Elle s'est avérée comme un moteur pour le développement des économies des pays.

Dès lors, beaucoup d'auteurs la considèrent comme un élément fondamental de la croissance économique et de la création d'emplois d'un pays. Ils avancent que les similitudes et les différences entre les divers pays dépendent essentiellement des écarts de leur taux d'emploi et du développement de nouvelles entreprises, souvent de taille petite ou moyenne.

Les chercheurs en entrepreneuriat s'accordent à signaler que nul n'est programmé génétiquement pour devenir entrepreneur, on ne naît pas entrepreneur, mais on le devient car l'entrepreneuriat est un mode de comportement, c'est une attitude qui peut-être encouragée, favorisée, contrariée, soit, mais on peut apprendre à modifier son comportement et on peut y arriver.

De nos jours, il n'y a quasiment aucun pays qui n'ait pas une politique volontariste de développement et de mobilisation de l'entrepreneuriat sous forme de programmes, d'outils et de structures d'aide à la création d'entreprises.

Par le biais des différents dispositifs institués pour encourager les entrepreneurs à entreprendre, l'Etat de nos jours se voit comme un acteur considérable d'incitateur à l'entrepreneuriat.

Durant les deux dernières décennies, il est vrai qu'en Algérie, la participation des jeunes à la vie économique, en général, et à la création d'entreprise a connu un développement remarquable et rapide. Désormais, les jeunes entrepreneurs attirent une attention particulière des instances nationales. Mais cette réalité socio-économique n'a pas fait l'objet d'une attention suffisante de la part des chercheurs. Cependant, le concept même de l'entrepreneuriat des jeunes est difficile à cerner.

A partir de cette vision, notre étude porte sur l'émergence de l'esprit d'entreprise. Celui-ci se répand dans de nombreuses structures d'accompagnement publiques, auprès des jeunes entrepreneurs. Chaque dispositif d'accompagnement a un angle d'approche particulier dans l'encouragement à l'entrepreneuriat et de nombreuses interrogations et doutes subsistent encore sur cette discipline et sur les effets escomptés. Nous pouvons constater, néanmoins, que de façon générale, l'accent est mis plus particulièrement sur les attentes des jeunes en matière de création d'entreprise et l'entrepreneuriat.

En ce qui concerne cette étude sur l'entrepreneuriat, nous souhaitons aborder le processus de développement de l'esprit d'entreprise de façon plus large et montrer qu'il existe une répercussion sur l'ensemble des actions entrepreneuriales entreprises par les jeunes.

Nous cherchons à savoir en quoi une politique de promotion à l'entrepreneuriat basée sur les dispositifs génériques d'aide (avantages financiers et fiscaux) peut favoriser l'émergence et le développement de l'esprit d'entreprise, au sens large, des jeunes et agir sur ses comportements et ses attitudes. Cette politique entrepreneuriale devrait modifier, voir transmettre, des capacités et aptitudes entrepreneuriales chez un jeune et lui permettre d'être plus entreprenant, en toute circonstance, quels que soient le contexte, la situation et la structure sociale dans lesquels il évoluera.

Ceci nous amène à nous poser la question suivante :

En quoi un programme d'aide à la création des entreprises peut favoriser l'émergence de l'esprit d'entreprise des jeunes?

En effet, il s'agissait d'analyser dans quelle mesure les politiques d'accompagnement à l'entrepreneuriat était ou non facteur de développement de l'esprit d'entreprise chez les jeunes et dans quelle mesure un dispositif spécifique tel que l'A.N.S.E.J y contribuait.

Une politique d'encouragement à la création d'entreprise peut-elle donner le goût d'entreprendre aux jeunes et quelles sont ses capacités à développer l'esprit d'entreprise ?

Une politique entrepreneuriale prend toute sa signification et s'inscrit dans la recherche de nouveaux éléments à mettre en place dans les programmes destinés à l'entrepreneuriat, pour favoriser et développer l'esprit d'entreprise des jeunes.

En s'appuyant sur le concept d'intention d'entreprendre qui est largement mobilisée dans la littérature en entrepreneuriat pour prévoir et comprendre les facteurs influant sur les comportements entrepreneuriaux, nous nous focalisons sur l'évolution de cette intention d'entreprendre chez les jeunes.

Notre supposition de départ sera donc les politiques publiques, par la multiplicité des systèmes d'appui et de soutien à la création d'entreprise, peut contribuer à insuffler l'esprit d'entreprise.

En fait, La création d'entreprise est un acte qui naît au sein d'un processus en construction. En amont de celui-ci, de multiples recherches ont tenté d'expliquer les causes qui amènent les individus à devenir entrepreneur.

➤ **L'esprit d'entreprise peut-il émerger ?**

Cette interrogation, nous fait savoir si l'esprit d'entreprise peut s'acquérir ou pas, et quelles sont les facteurs qui peuvent influencer son apparition ?

Pour savoir si l'esprit d'entreprise peut émerger, il faudrait au préalable s'interroger qu'est ce que « esprit d'entreprise » veut dire ? Et puis dans quelles conditions émerge-t-il ?

La réponse à la première question est largement débattue dans le premier chapitre.

Pour la seconde question, si l'on conçoit l'entrepreneuriat comme un ensemble d'aptitudes et d'attitudes s'exprimant par des perceptions, des intentions, des actes et des comportements, alors l'environnement porteur et diffuseur des cultures, peut (doit) être le vecteur de ces diverses composantes de l'esprit d'entreprise.

Dans ce cas, l'esprit d'entreprise sous l'influence des facteurs externes à l'individu peut émerger et se développer. Alors, quel rôle peut jouer les facteurs institutionnels (dispositifs d'aide) pour favoriser ou inhiber l'esprit d'entreprise, les actes et les comportements entrepreneuriaux ?

Dans un remarquable panorama où nous découvrons des travaux traitant de l'influence des facteurs sociaux, culturels, ethniques, institutionnels et économiques sur la formation de l'événement entrepreneurial, Shapero et Sokol (1982), sont les premiers qui ont éclairé l'optique processuelle du phénomène entrepreneurial. Ils tentent de comprendre le déclenchement d'un événement entrepreneurial en le corrélant avec des facteurs situationnels et individuels. Tout événement entrepreneurial, font-ils remarquer, est la fin d'un processus et le début d'un autre.¹

2. Intérêt de la recherche :

Notre travail avant tout constitue un travail académique, il présente à la fois un intérêt théorique et méthodologique, un intérêt pratique et managérial et enfin un intérêt pour l'action politique.

¹ TOUNES. A : « L'intention entrepreneuriale : Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE », Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université de Rouen, 2003, p 35.

2.1.L'intérêt théorique et méthodologique :

Comme l'entrepreneuriat féminin et immigré, l'entrepreneuriat des jeunes est labellisé dans la littérature comme entrepreneuriat des minorités. Cette labellisation justifie qu'il fait l'objet d'études spécifiques.

Pour ce qui est de l'Algérie, la population des jeunes (moins de 30 ans) représente environ 65%² de la population globale. Mais le constat est que l'intérêt pour l'entrepreneuriat par cette population reste marginal, ainsi peu de jeunes sont intéressés par une carrière entrepreneuriale et être indépendant, la majorité préfèrent une carrière salariale.

Désormais, les jeunes entrepreneurs attirent une attention particulière des instances locales et nationales. Mais cette réalité socio-économique n'a pas fait l'objet d'une attention suffisante de la part des chercheurs.

En tout état de cause, cette sous-représentation apparente des jeunes dans l'entrepreneuriat en Algérie et l'impact des dispositifs étatiques sur l'action d'entreprendre chez ces derniers n'est pas sans poser des questions théoriques et méthodologiques auxquelles notre travail devra apporter des éléments de réponse.

Etudier cette catégorie d'entrepreneurs s'avère très pertinent dans la mesure où ça va nous permettre de dévoiler la perception et la motivation principale que possèdent les jeunes à l'égard de l'entrepreneuriat et déduire les influences exercées par les dispositifs de soutien sur leur logique entrepreneuriale.

Dès lors, l'émergence de la recherche sur l'entrepreneuriat des jeunes favorise une mise en place des solutions stratégiques et efficace pour faire face aux problèmes d'insertion, au chômage et à promouvoir l'esprit d'entreprise.

D'un point de vue scientifique, cette thématique reste très peu étudiée. En outre, elle mobilise des cadres théoriques originaux qui nous semblent porteurs.

Par ailleurs, cette recherche mettra en œuvre une méthodologie originale reposant sur la collecte de données qualitatives, qui occupe une place de plus en plus importante dans les travaux en sciences de gestion.

² Données de l'O.N.S (Office National des Statistiques), 2008.

2.2. Intérêt pratique et managérial :

Etudier l'impact des dispositifs d'aide sur l'émergence d'esprit d'entreprise, donne une vision claire aux experts de l'accompagnement pour étudier l'aménagement nécessaire à apporter aux dispositifs existants pour accompagner les publics en difficulté tels que les jeunes et faire émerger un esprit entrepreneurial. Ainsi, aller plus loin non seulement au-delà de la seule création d'une entreprise mais toucher à des aspects comme la prise de risque et l'innovation. L'intérêt pratique à travers notre travail, consiste à identifier les « bonnes pratiques » des chargés de mission en matière d'accompagnement des jeunes porteurs de projet et d'offrir, aux accompagnants, un guide pour l'action lorsqu'ils sont face à ce type de public.

Le repérage de l'impact des dispositifs sur l'esprit d'entreprise des jeunes au cours du processus entrepreneurial est un élément constitutif pour l'élaboration de ce guide à l'usage des accompagnants.

2.3. Un intérêt pour l'action politique :

Pour les pouvoirs publics, l'enjeu consiste à évaluer si l'encouragement à l'entrepreneuriat est une voie à suivre pour favoriser l'émergence de l'esprit d'entreprise des publics jeunes en situation de difficulté dans la société. Il est vrai que la création des entreprises retient l'attention des décideurs comme étant la principale source d'emploi. L'entrepreneuriat des jeunes (création du premier emploi) semble constituer une composante importante de la stratégie de développement de l'entrepreneuriat.

La visée politique de notre étude rejoint la visée managériale puisque si l'on démontre que l'esprit d'entreprise est un facteur essentiel pour créer une entreprise, on se demandera aussitôt comment on peut l'encourager, l'émerger et le renforcer là où il existe à travers la mise en place de politiques et de programmes par les autorités publiques.

Chapitre 01 :

Entrepreneuriat et esprit d'entreprise chez les jeunes

Introduction :

Phénomène mondial, les jeunes créateurs d'entreprises sont de plus en plus nombreux. Ils témoignent d'un intérêt croissant pour l'entrepreneuriat. Statistiquement, les jeunes créateurs d'entreprises occupent une place importante parmi les entrepreneurs, ils sont considérés comme plus dynamiques, plus motivés, et avec une grande capacité d'adaptation aux mécanismes de l'économie de marché par rapport aux générations antérieures.

La création d'entreprises par les jeunes attire aujourd'hui une attention particulière des instances locales, régionales, nationales et voire même internationale. Elle apparaît comme une solution stratégique performante pour répondre aux problèmes d'insertion et de chômage des populations jeunes et devient un enjeu majeur dans les politiques de promotion de l'esprit d'entreprise des pays. Ainsi, elle est devenue un sujet incontournable depuis quelques années et les origines de cet intérêt sont diverses.

D'abord, on repère une première demande locale de la part des collectivités locales dans le but de développer ou de redynamiser leur tissu économique et, in fine, de créer ou de sauvegarder des emplois.

On repère également une demande sociale plus large de la part des entreprises qui cherchent notamment de plus en plus à recruter et à fidéliser des jeunes cadres dynamiques, responsables, autonomes, en un mot entrepreneurs. L'entrepreneuriat des jeunes doit donc être désormais une option possible de carrière professionnelle.

A partir de là, il est utile de signaler que le domaine de l'entrepreneuriat en Algérie ne cesse de connaître un essor prompt et sans précédent. Cette démarche s'inscrit dans la volonté des pouvoirs publics algériens pour résorber le chômage et surtout celui des jeunes d'une part et pour déployer un esprit entrepreneurial s'incarnant dans le développement de l'action et l'initiative individuelle d'autre part.

Le premier chapitre de notre travail a pour objectif de préciser le positionnement théorique de notre recherche dans le champ entrepreneurial. Comment encourager les jeunes chômeurs à choisir une carrière entrepreneuriale? Et-il possible de stimuler la création d'entreprise dans cette frange de la population ? Et aussi, de donner un éclairage à travers les définitions des concepts. Notre présentation reprend des approches et des définitions du concept d'entrepreneuriat afin de le situer dans la construction théorique.

Nous donnons notre propre acception de ce concept en nous inscrivant dans une dimension processuelle.

Ensuite, nous mettons en relief des modèles processuels en vue de rendre compte de la diversité, de la multidimensionnalité et de la complexité du phénomène entrepreneurial.

Afin de répondre à ces questions, nous nous référerons tout d'abord à la théorie du processus entrepreneurial pour expliquer les fondements de l'esprit d'entreprise et à celle de la carrière entrepreneuriale. Nous montrerons que notre recherche se situe en amont du processus entrepreneurial, avant l'engagement dans une création réelle, lorsque l'intention d'entreprendre émerge et se développe.

Section 1 : Les théories explicatives de l'entrepreneuriat des jeunes :

1.1. L'entrepreneuriat et les jeunes :

Dans la littérature entrepreneuriale sur les jeunes entrepreneurs, plusieurs chercheurs mettent le point sur les handicaps des jeunes entrepreneurs mais peu de travaux donnent des informations en vue de comprendre la situation entrepreneuriale de cette catégorie pour faciliter les actions visant à le promouvoir.

Selon Fayolle (1996), « *les jeunes ingénieurs sont peu enclins à créer et à reprendre des entreprises* »³. Il a aussi montré à travers d'autres enquêtes que chez les jeunes ingénieurs en France il y a qu'un intérêt marginal pour la création d'entreprise du fait des formations souvent inadapté a cet objectif, et aussi de perspectives de rémunérations et de carrières considérées comme tout à fait satisfaisante.

Alors, des auteurs suggèrent d'orienter d'avantage les recherches sur les minorités, les femmes, les immigrés et les jeunes...D'autres, plutôt ont suggéré qu'il faut encourager les jeunes à se lancer dans les affaires. La carrière entrepreneuriale doit être considérée comme un choix professionnel. Il est judicieux d'ajouter qu'il n'y a pas beaucoup de recherches sur les jeunes entrepreneurs. De ce fait, il manque d'informations et de compréhension sur les prédispositions entrepreneuriales des jeunes, sur leur processus d'entreprendre ainsi que sur les problèmes qu'ils rencontrent.

Plusieurs autres chercheurs ont aussi postulé que les jeunes ont une forte confiance en eux, ils sont énergétiques et enthousiastes. Ainsi, étudier cette catégorie d'entrepreneur s'avère très pertinent dont la mesure ou il nous permettra de dévoiler la perception et la motivation principale que possèdent les jeunes à l'égard de l'entrepreneuriat.

Dès lors, l'émergence de la recherche sur l'entrepreneuriat des jeunes favorise une mise en place des solutions stratégiques et efficace pour faire face aux problèmes d'insertion, au chômage et à promouvoir l'esprit d'entreprise. La littérature portant sur l'entrepreneuriat, comme le résume Bruyat (1993)⁴, a révélé que la création d'entreprise s'articule au tour de quatre axes : l'individu, l'entreprise, l'environnement et son processus.

³ FAYOLLE. A : « Contribution à l'étude des comportements entrepreneuriaux des ingénieurs français », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université Jean Moulin - Lyon 3, 1996.

⁴ BRUYAT. C : « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », Thèse pour le Doctorat de Sciences de Gestion, ESA- Université Grenoble II, 1993.

Toutefois, le domaine de recherche sur l'entrepreneuriat des jeunes est très peu développé alors que le nombre de créations par les jeunes devient de plus en plus important.

On ne saurait trop insister sur l'importance de favoriser l'esprit d'entreprise et une culture entrepreneuriale chez les jeunes et de les inciter à envisager l'entrepreneuriat comme option de carrière. Les changements socio-économiques majeurs ont certes eu d'importantes répercussions sur la société en général, mais les jeunes ont été particulièrement touchés. Comme le chômage affecte de plus en plus de jeunes aujourd'hui, il faut non seulement les inciter à envisager l'entrepreneuriat comme choix de carrière, mais aussi leur fournir le soutien voulu pour les aider à mener leur projet à terme.

L'importance de l'entrepreneuriat chez les jeunes a été bien résumée dans un rapport publié par la Fondation canadienne de la jeunesse⁵. Dans les options suggérées pour régler le problème du chômage chez les jeunes, les auteurs indiquent que même si l'entrepreneuriat n'est pas la solution, mais il est une façon de commencer à s'occuper des questions sociales et personnelles touchant la jeunesse et le marché du chômage.

Pour comprendre le phénomène de la création d'entreprise par les jeunes, nous adaptons une vision évolutive qui considère la création d'entreprise comme un processus.

Deux théories permettent d'expliquer le développement de la carrière entrepreneuriale et le processus de création d'une entreprise. Nous exposons d'abord ces deux théories parallèles : la théorie de l'engagement dans le processus de création et la théorie de la carrière entrepreneuriale. Ensuite, nous clarifions la position de notre recherche dans ce processus évolutif.

1.2. Les théories explicatives de l'entrepreneuriat des jeunes :

1.2.1. La théorie du processus entrepreneurial : de la perception à la recherche de création

Les échecs des recherches classiques de causalité atemporelle ont contribué à la reconnaissance de la notion de processus par les chercheurs en entrepreneuriat (Fayolle, 2004b)⁶.

⁵ FCEI (Fédération Canadienne de l'entreprise indépendante) Perspectives d'embauche : les attentes des jeunes et des PME en matière d'emploi, 2000.

⁶ FAYOLLE. A : « Entrepreneuriat et processus: faire du processus un objet de recherche et mieux prendre en compte la dimension processus dans les recherches », Communication au 7^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME. 27 – 29 Octobre, Montpellier, 2004.

Ainsi, la notion de processus a mis du temps pour être reconnue par les chercheurs en entrepreneuriat et ce n'est qu'au début des années 1990 que cette reconnaissance peut être située, en déplaçant les recherches vers le « comment ».

Un processus entrepreneurial est une vue dynamique de la création d'entreprise. Il correspond à un ensemble de décisions, d'actions et d'orientations, qui sont prises en fonction des perceptions de l'entrepreneur (ou de l'équipe entrepreneuriale) concernant les buts du projet, ses propres motivations, les ressources disponibles et l'état de l'environnement (Fayolle, 2005)⁷.

Bruyat (1993)⁸, a proposé un modèle processuel de la création d'entreprise ; Le processus consiste en six étapes :

- 1)- l'action de créer n'est pas perçue par l'individu du fait d'une insuffisance d'informations liée à l'éducation, à la personnalité et/ou à l'environnement de l'individu ;
- 2)- l'action de créer est perçue par l'individu, il a l'information suffisante pour savoir et comprendre la création d'entreprise, mais la création ne fait pas l'objet d'une réflexion à ce stade ;
- 3)- l'action de créer est envisagée, la création est considérée comme une alternative à la situation actuelle. L'acteur tente d'identifier une idée de création sans y consacrer beaucoup de temps et d'énergie ;
- 4)- l'action est recherchée, l'individu cherche activement une idée et essaie de l'évaluer. L'acteur agit, recherche des informations, réalise des études, développe son projet et investit du temps et de l'argent ;
- 5)- l'action est lancée, l'entreprise est créée, commence à produire et à vendre ;
- 6)- l'action est réalisée, l'entreprise assure son équilibre d'exploitation, la créateur a apporté la preuve que son projet était viable.

Pour passer au déclenchement du processus entrepreneurial, l'action de créer doit être perçue comme désirée et possible. De plus, Bruyat (1993)⁹ ajoute que le futur « entrepreneur » considère ses aspirations, ses compétences, ses ressources et son environnement pour se décider à créer (Configuration Stratégique Instantanée Perçue).

⁷ FAYOLLE. A : « Introduction à l'entrepreneuriat », Edition Dunod, Paris, 2005, p 38.

⁸ BRUYAT. C, (1993), op. cit

⁹ BRUYAT. C, (1993), op. cit

Si la CSIP comporte des tensions et des contradictions liées à des insatisfactions professionnelles ou à l'existence de projets concurrents et incompatibles, l'individu passe à l'étape 4 ; il envisage alors sérieusement de créer, et consacre du temps et des moyens à ses recherches. Pour qu'il y ait création d'entreprise, il faut donc qu'il existe une intention de créer préalable et que l'un des éléments de la CSIP se déplace.

Selon Fayolle (2005)¹⁰, le déclenchement peut se produire sous l'effet d'un déplacement, sans que l'intention soit élevée. Le déclenchement peut également survenir sous la pression d'une intention très forte, conduisant à une planification des premières opérations telles que la recherche d'une idée ou d'une opportunité.

Mais le modèle ne dit pas ce qui conduit à la perception de la création comme possibilité de carrière (passage de l'étape 1 à 2) et ce qui permet la formation d'une intention au départ (passage de l'étape 2 à 3). Les théories de l'intention entrepreneuriale que nous exposerons juste après permettent de proposer des hypothèses précises. Mais avant de les développer, il faut évoquer la théorie alternative de la carrière entrepreneuriale qui dessine un cadre de compréhension globale des facteurs influant sur le choix de devenir entrepreneur.

1.2.2. La théorie de la carrière entrepreneuriale : le choix de carrière et le développement de l'identité entrepreneuriale

Malgré le manque d'intégration des recherches sur les carrières et sur le processus d'entrepreneuriat, quelques chercheurs ont tenté de bâtir un cadre théorique intégré pour l'étude de la carrière des entrepreneurs. Ainsi, plusieurs auteurs tels que Gasse et Fayolle proposent, à partir d'une approche centrée sur le courant développementaliste, de compléter les approches traditionnelles par les traits (qualités et caractéristiques personnelles de l'entrepreneur) par l'intégration de variables telles que le niveau d'éducation, l'environnement familial de l'enfance, l'histoire professionnelle, le parcours développemental à l'âge jeune, etc. Un peu plus récemment, cette perspective s'est élargie et elle a donné naissance à un modèle théorique qui repose sur quatre dimensions fortes de l'étude des carrières:

¹⁰ FAYOLLE. A, (2005), op. cit

- 1)- la théorie du choix de carrières, explique les facteurs individuels, sociaux, économiques et politico-institutionnels qui influencent le choix d'une carrière entrepreneuriale par un individu ;
- 2)- la théorie de la socialisation, présente les expériences, de l'éducation, professionnelles ou de création antérieures qui préparent l'individu à remplir un rôle professionnel entrepreneurial ;
- 3)- la théorie de l'orientation de carrière explique comment un individu s'oriente vers le rôle d'un entrepreneur ;
- 4)- la théorie de la progression de carrière décrit les différents rôles adoptés par les entrepreneurs au cours du temps et les dilemmes qu'ils ont pendant différentes périodes.

Les deux premières dimensions tendent à identifier les facteurs et les expériences qui pourraient encourager l'esprit d'entreprise des jeunes et à choisir une carrière entrepreneuriale. Les facteurs et les expériences proposés sont les suivants :

1. **Les facteurs individuels** : la recherche en entrepreneuriat sur les facteurs individuels avait au départ insisté sur les facteurs psychologiques et leurs effets pour stimuler les individus à chercher une carrière. Plus récemment, d'autres chercheurs ont proposé de nouveaux facteurs qui peuvent mieux prédire les comportements entrepreneuriaux, comme le genre, l'attitude favorable vis-à-vis de l'entrepreneuriat, la cognition sociale et les processus cognitifs. Ces deux sortes de facteurs sont incluses dans la théorie du choix de carrière entrepreneuriale.
2. **Les facteurs sociaux** : Reynolds (1991)¹¹ a noté que les facteurs sociaux pourraient influencer la décision individuelle de devenir un entrepreneur. Plusieurs recherches ont montré que l'environnement social d'où provient un individu a un impact sur sa motivation à suivre une carrière entrepreneuriale ; l'individu provenant d'un milieu socialement défavorable est plus motivé pour prendre le contrôle sur ce qu'il considère comme un monde hostile et peu attirant. D'autres recherches ont montré que des expériences entrepreneuriales dans la famille et le soutien de la famille lors de la création ont un impact favorable sur le choix de carrière entrepreneuriale. La race, la culture nationale et les soutiens du gouvernement jouent aussi un rôle très important.

¹¹ REYNOLDS (1991), cité par WANG. Y : « L'évolution de l'intention et le développement de l'esprit d'entreprendre des élèves ingénieurs d'une école française : une étude longitudinale », thèse pour l'obtention de Docteur en Génie Industriel, Ecole Centrale de Lille, 2010, p 27.

3. **Les facteurs économiques** : jouent aussi un rôle dans le choix : l'action de création est lancée soit quand il y a un manque d'opportunités d'emploi dans les organisations existantes, soit quand la croissance économique offre des opportunités. Le réseau des ressources dont l'individu dispose peut aussi favoriser la décision de la création.
4. **Les expériences précoces dans la famille, au cours de l'enfance, à l'école ou à l'université ainsi que certaines expériences professionnelles** peuvent encourager des comportements voire même des carrières. Les cours et les formations spécialisés en entrepreneuriat ont un effet positif ; les expériences professionnelles négatives peuvent conduire l'individu vers la création.

On a supposé que des nouvelles recherches sur la socialisation entrepreneuriale conduiraient probablement à des modèles qui seraient plus prédictifs des comportements entrepreneuriaux que ceux qui ont été fondés uniquement sur des facteurs individuels. Si les deux premières dimensions décrivent les facteurs et les expériences qui pourraient influencer le choix de devenir un entrepreneur, la troisième dimension explique comment un individu s'oriente vers l'identité et différents rôles d'entrepreneur qu'il pourrait adopter une fois engagé dans la création. Cette orientation du rôle consiste en deux étapes :

- accepter le rôle général d'un entrepreneur, c'est-à-dire de créer sa propre entreprise et être le propriétaire de cette entreprise ;
- développer un rôle entrepreneurial spécifique. Plusieurs recherches dans le champ ont montré qu'il existe différents types d'orientations de l'identité et de rôles pendant la carrière d'un entrepreneur : certains entrepreneurs se focalisent sur le développement technologique, alors que d'autres s'orientent plutôt vers le développement économique. Mais l'étude de l'identité entrepreneuriale des entrepreneurs potentiels est encore rare.

L'identité est la manière dont l'individu fait face à ses propres attentes ou à celle des autres. Elle est construite de manière dynamique, multidimensionnelle et complexe, et se transmet par des socialisations successives : histoire biographique, parcours scolaire, expériences professionnelles, valeurs et représentations collectives, etc. peuvent influencer cette identité. En même temps, la construction progressive de cette identité contribue à orienter l'individu dans son contexte, donne un sens à ses expériences, et fournit des indications pour l'action. Si l'individu choisit une identité entrepreneuriale, il imagine donc certaines situations entrepreneuriales et y ajuste son comportement.

Ceci le fait de passer d'une situation où il se conforme aux attentes des autres, comme le travail et les rôles familiaux, à la création de nouvelle identité. Ce changement exige de la confiance en soi et l'auto-efficacité de l'individu pour qu'il se sente capable d'y arriver.

Quand l'individu s'intègre dans sa carrière, il développe une meilleure connaissance de lui-même, plus claire en termes de capacités, motivations et valeurs ; l'identité entrepreneuriale est ancrée dans les valeurs et les expériences professionnelles, celles liées à l'éducation ainsi que dans les motivations ; elle renforce et fait évoluer l'intention entrepreneuriale selon les circonstances. Des facteurs externes, comme la culture entrepreneuriale ou l'existence de modèle de rôle entrepreneurial, ont une certaine influence sur l'identité entrepreneuriale.

Cette théorie intégrée du choix de carrière et du développement de l'identité entrepreneuriale présente deux intérêts à nos yeux. Tout d'abord, elle permet de décrire l'ensemble des facteurs éducatifs, sociaux et institutionnels impactant sur le choix. D'autre part, en suivant le processus de développement identitaire de l'individu, elle rend visible le rôle de l'intégration dans des milieux éducatifs favorables et de la participation à des expériences sensibles telles que la prise de responsabilité.

1.3. La théorie de l'intention d'entreprendre et émergence de l'esprit d'entreprise :

Pour expliquer le phénomène de création d'entreprise, plusieurs courants de pensées se sont succédés en entrepreneuriat. Depuis des années, la majorité des recherches sont focalisées sur les caractéristiques individuelles « approche par les traits de personnalité », afin de trouver leurs liens avec la décision de créer une entreprise. Mais, les recherches dans cette voie sont considérées comme illusoires et incapables de prédire le choix de carrière entrepreneuriale.

Pour répondre aux limites des approches centrées sur les caractéristiques individuelles, d'autres auteurs ont considéré l'entrepreneuriat comme étant déterminé par un contexte social, culturel, politique et économique. Des relations fortes et générales entre les caractéristiques environnementales et l'émergence de l'esprit d'entreprise et voire même avec la création d'entreprise ont pu être établies.

Pour pallier les limites des deux approches précédentes, l'approche interactionniste a vu le jour qui considère que l'acte d'entreprendre est un phénomène complexe et multidimensionnel. Les caractéristiques individuelles et les facteurs de contexte doivent être pris en compte.

Pour appréhender l'esprit d'entreprise en amont de la phase de la création et de l'intention de créer une entreprise, on a choisi de nous inspirer du modèle d'intention d'Ajzen (1991)¹². Dans cette approche, les modèles d'intention entrepreneuriale inspirent aujourd'hui le plus grand nombre de chercheurs en entrepreneuriat.

1.3.1. La théorie de l'action raisonnée et du comportement planifié d'Ajzen (1991) :

La théorie du comportement planifié s'inscrit dans la famille des modèles d'intention, largement mobilisée pour tenter d'expliquer l'apparition du comportement entrepreneurial, en particulier la création d'entreprise. Pour de nombreux auteurs, la création d'une entreprise est un comportement planifié et donc intentionnel.

Dans ces conditions, l'intention semble offrir un cadre cohérent pour atteindre une meilleure compréhension des processus d'émergence de l'esprit d'entreprise chez les jeunes.

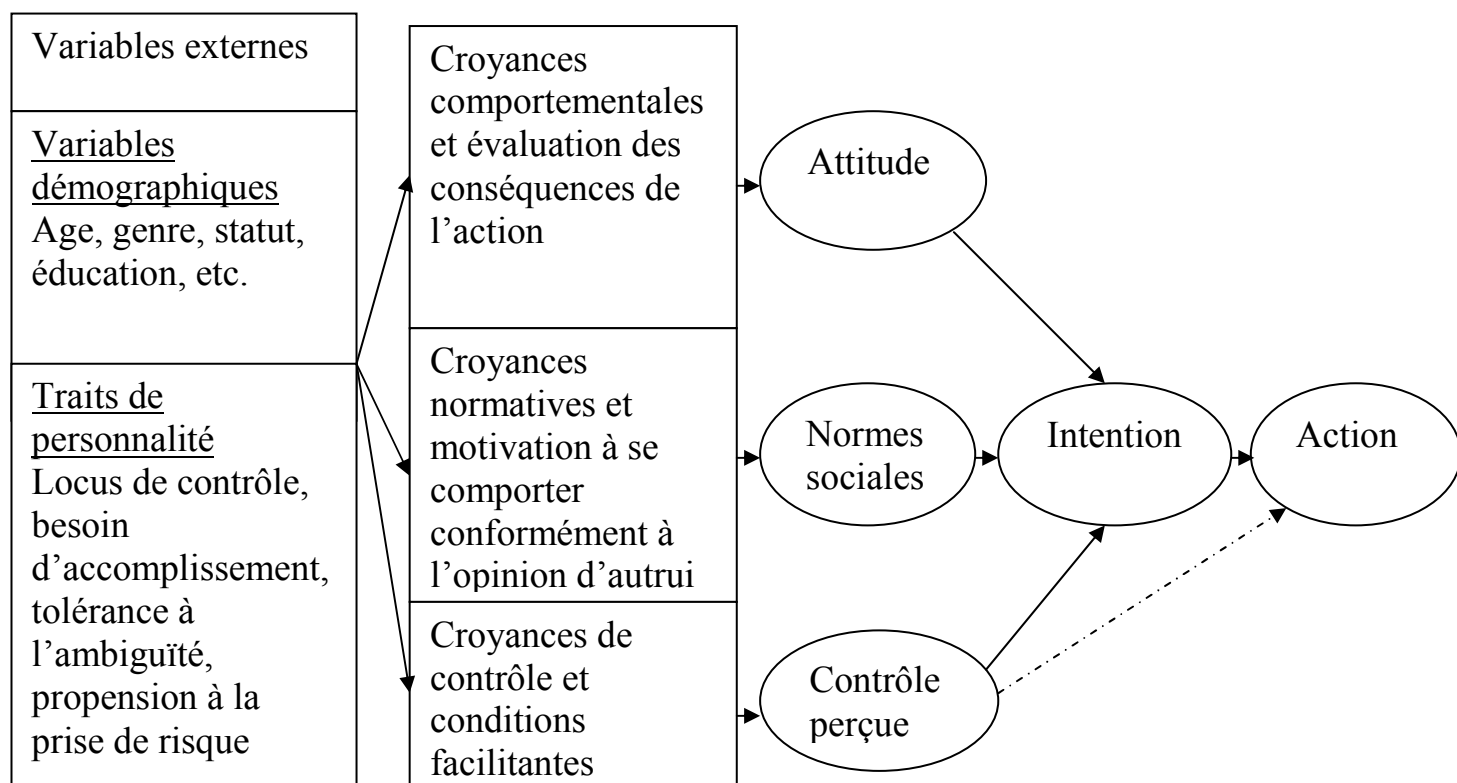
Selon cette théorie, tout comportement intentionnel peut être prédit par l'intention d'avoir un comportement donné, c'est-à-dire qu'il suppose que les intentions englobent les effets des motivations qui influent les individus est déterminée par trois éléments :

- 1- Son attitude à l'égard du comportement concerné : elle renvoie au degré d'appréciation que la personne porte sur ce comportement, et pour notre étude repose sur les valeurs professionnelles des jeunes et sa vision de l'entrepreneuriat.
- 2- La perception des normes sociales : celles-ci font référence à la pression sociale perçue qui incite ou n'incite pas à mettre en place le comportement observé. Parallèlement, l'intention de créer une entreprise est d'autant plus forte que la création d'entreprise est perçue comme une action désirable.
- 3- Le contrôle qu'il pense avoir sur la situation, c'est-à-dire la perception qu'a l'individu des difficultés à surmonter pour mettre en œuvre le comportement étudié, ou, plus spécifiquement, de la perception de la présence ou l'absence des ressources et compétences individuelles propres nécessaire pour réaliser ce comportement.

¹² AJZEN. I, (1991), cité par WANG. Y, op.cit, p 30.

Les trois grands types d'éléments se manifestent à travers des croyances comportementales, normatives et de contrôle, le schéma suivant montre le modèle qui sous-tend l'intention, construit à partir de ce qui précède et qui nous permet d'appréhender une partie de l'esprit d'entreprise à travers ces trois types de croyances entrepreneuriales.

Figure n°1 : La théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991).



Source : BRANCHE, B et *al* : « Formation et esprit d'entreprendre chez les étudiants », cahier de recherche n°2009-17 E4, CERAG, Université Pierre Mendès Grenoble 2, France, p 05.

Le comportement est déterminé par l'intention. Selon la théorie, l'intention de réaliser un comportement est un déterminant immédiat du comportement ; ceci est le fondement des modèles d'intention. Cependant, en raison des problèmes de contrôlabilité évoqués précédemment, la théorie propose que le comportement soit aussi prédit par l'aptitude à contrôler le processus menant à sa réalisation effective.

Selon Bruyat (1993)¹³, si l'on suit les modèles d'intention, pour qu'il y ait création d'entreprise, il faut la formation d'une intention de créer sous l'effet d'un changement d'attitudes en relation avec le comportement considéré.

Le comportement de créer une entreprise s'inscrit dans un processus plus long au cours duquel de très nombreux événements peuvent se produire et remettre en cause le projet de création. Dans ces conditions, le déclenchement peut se produire sous l'effet d'un déplacement, sans que l'intention soit élevée, voir même sans que l'individu soit pleinement conscient de l'existence d'une intention d'entreprendre. Le déclenchement peut également survenir sous la pression d'une intention très forte, conduisant à une planification des premières opérations telles que la recherche d'une idée ou d'une opportunité.

Il semble, en conclusion, que le processus se déclenche souvent dans la rencontre et la combinaison d'une intention et d'un facteur de déplacement, sans que l'on puisse d'ailleurs affirmer que l'intention précède toujours le déplacement (Fayolle, 2005)¹⁴.

1.4. Le jeune entrepreneur face à ses motivations :

Dans ses travaux, Mc Clelland (1961)¹⁵ a essayé de faire comprendre le système de valeurs et les motivations de l'entrepreneur. Il a révélé deux dimensions essentielles qui détermineraient un comportement d'entrepreneur : le besoin d'accomplissement et le besoin de puissance. Pour, le besoin d'accomplissement il pousse l'individu à être responsable de la solution de ses problèmes et en conséquence à se fixer lui-même les objectifs aptes à l'épanouir. Le besoin de puissance, moins étudié, passerait par une volonté plus ou moins explicite d'occuper une place prédominante dans un système.

Les personnes ayant un fort besoin d'accomplissement comparées à celles qui ont une faible motivation sur ce plan, sont caractérisées par la préférence pour des tâches présentant un risque qui les implique, un travail plus dense dans des occupations qui requièrent une certaine force mentale.

¹³ BRUYAT. C, (1993), op. cit

¹⁴ FAYOLLE. A, (2005), op. cit

¹⁵ Mc CLELLAND. D, (1961), cité par FILION. L-J : « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Revue Internationale P.M.E., vol. 10, n° 2, 1997, p 7.

Comme le mentionne I. Danjou, « *on ne peut pas parler d'entrepreneur en faisant l'impasse sur les forces profondes qui l'animent* »¹⁶. Les motivations, les caractéristiques individuelles et les qualités qui sont liées à la personnalité de l'individu jouent un rôle non négligeable.

Les motivations peuvent être de l'ordre de la recherche de succès personnel, social comme financier ou de la notoriété que la création permet d'acquérir¹⁷.

Pour le professeur Shapero, il peut s'agir d'un besoin d'indépendance (ou de liberté), du désir d'être son propre patron et la recherche de l'autonomie. On peut citer également le besoin d'accomplissement et de changement.

Quant aux qualités et caractéristiques individuelles, nous retenons la confiance en soi, la débrouillardise, la capacité à prendre des risques, la créativité, l'adaptabilité, la facilité à s'entendre avec les autres, à déployer son énergie, à croire au contrôle de sa destinée, une évidente capacité à travailler.

Cet état de la recherche montre combien l'entrepreneur est la résultante d'une combinaison de caractéristiques, parfois innées ou acquises. Une personne pourrait posséder un potentiel entrepreneurial mais non la capacité à créer une entreprise. Les interventions incitatives doivent d'ailleurs pouvoir s'inscrire dans un objectif d'actualisation d'un potentiel entrepreneurial en capacités entrepreneuriales.

Il apparaît très souvent l'existence de trois valeurs clés qu'on retrouve souvent comme des motivations des jeunes entrepreneurs :

- Volonté de s'exprimer et de se réaliser ;
- Besoin d'indépendance et de liberté ;
- Le goût d'entreprendre et de diriger.

L'entrepreneur est dans la réalité un réalisateur de projets qui recherche en permanence de nouvelles pistes de développement. Il privilégiera pour ce faire le leadership, le pouvoir de contrôle et la prise de risque.

¹⁶ DANJOU. I : « *Entreprendre : la passion d'accomplir ensemble* », Édition L'harmattan, Paris, 2004, p 24.

¹⁷ FAYOLLE. A, (2005), op. cit

1.4.1. Motivations sous-jacentes au lancement d'entreprises par les jeunes :

Démontrée à travers des études, les jeunes possèdent des qualités de l'ingéniosité, de l'initiative, de la motivation, de l'imagination, de l'enthousiasme, du zeste, de l'impulsion, de l'ambition, de l'énergie, de la témérité, du courage... On souligne également que les jeunes sont connus pour posséder comme qualités l'enthousiasme, la motivation, l'esprit d'entreprise, le goût du risque, la souplesse, l'énergie, l'ingéniosité et la volonté d'essayer de nouvelles approches.

Pour Filion (1997)¹⁸, la notion de succès tend à prendre en considération chez les jeunes entrepreneurs davantage des critères intrinsèques reliés à la réalisation de soi que des critères extrinsèques reliés aux performances de l'entreprise et au niveau de statut atteint.

Les jeunes sont motivés pour entreprendre depuis assez longtemps, souvent dès leur enfance. La motivation des jeunes entrepreneurs est l'indépendance, échapper aux ordres des supérieurs et le besoin de réalisation personnelle pour gagner de l'argent.

Selon Guillaume (1998)¹⁹, la motivation première des jeunes entrepreneurs c'est d'être son propre patron. Ils créent surtout par défis avec eux-mêmes (désir d'accomplissement, indépendance...) que par opportunité pour un marché ou à cause de pressions diverses. La création d'entreprise naît moins souvent par une satisfaction au niveau du travail.

Par contraste, à leurs homologues des pays développés, les jeunes dans les pays en voie de développement se lancent habituellement en affaires par nécessité économique ou pour survivre, ou faute d'avenues 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 (Chigunta, 2001).

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. Seulement (7,7 %) des répondants ont indiqué, comme raison principale, le désir d'accumuler des richesses.

¹⁸ FILION. L-J, (1997), op.cit, p 14.

¹⁹ GUILLAUME (1998), cité BACCARI. E : « Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs Tunisiens : Etude exploratoire », communication au 8^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME. 25, 26, 27 octobre 2006, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse.

Section 2 : Esprit d'entreprise : éléments de définition

Si l'analyse économique a mis en évidence un certain nombre de caractéristiques représentatives de l'esprit d'entreprise, ces dernières offrent une vision souvent idéalisée de l'entrepreneur et sont à elles seules insuffisantes pour expliquer l'activité entrepreneuriale.

La définition du *livre vert* sur l'esprit d'entreprise en Europe résume la diversité des cas de figure envisageables : « *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 l'innovation et d'une saine gestion, dans une organisation nouvelle ou existante* »²⁰.

Cette définition nous enseigne que si l'on ne peut certes pas de déterminer le profil type de l'entrepreneur, il n'implique pas que l'on ne puisse tenter d'étudier le rôle joué par différentes catégories de facteurs sur la propension à entreprendre et de même sur l'émergence de l'esprit d'entreprise, pour mieux comprendre le phénomène. Ainsi, pourquoi le taux d'entrepreneuriat est-il plus faible dans certaines régions comparativement à d'autres ? Quel est le rôle joué par les facteurs institutionnels, économiques, socioculturels ?....

Pour Julien et Marchesnay : « *L'esprit d'entreprise peut être défini comme l'aptitude d'un individu, d'un groupe social, d'une communauté à prendre des risques pour engager des capitaux (pour investir, voire s'investir) dans une sorte d'aventure (« une entreprise »), consistant à apporter quelque chose de neuf (l'innovation), de créatif, ceci en employant et en combinant de la façon la plus performante possible des ressources diverses* »²¹.

L'OCDE, considère « *L'esprit d'entreprise est fondamental pour le fonctionnement des économies de marché. Dans ces économies, l'entrepreneur est le vecteur du changement et de la croissance; son action peut contribuer à accélérer l'élaboration, la diffusion et la mise en œuvre d'idées novatrices. De ce fait, il permet non seulement une utilisation rationnelle des ressources, mais aussi un élargissement du champ de l'activité économique. Les entrepreneurs ne se bornent pas à rechercher les opportunités économiques susceptibles*

²⁰ Commission des Communautés Européennes : « L'esprit d'entreprise en Europe », COM 2003,27 final, Bruxelles, 21/01/2003, p 6.

²¹ JULIEN. P.A et MARCHESNAY. M : « l'entrepreneuriat » ; Edition Economica, Paris, 1996, p 8.

d'être rentables ; ils sont également prêts à prendre des risques pour vérifier le bien-fondé de leurs intuitions »²².

L'esprit d'entreprise est de ce fait la mentalité qui conduit un individu à prendre des initiatives, à relever des défis et à devenir acteur de son propre avenir personnel et professionnel. L'esprit d'entreprise est une compétence de base qui doit être acquise car il favorise la satisfaction professionnelle et l'épanouissement personnel. Il puise son énergie dans les attitudes qui le définissent : la persévérance, la créativité, l'optimisme, la responsabilité, l'esprit d'équipe, l'énergie autonome, l'initiative et repose avant tout sur le savoir être de l'individu.

A travers, ces confirmations, nous pouvons comprendre le fondement de l'esprit d'entreprise par la combinaison des trois éléments qui sont : l'entrepreneuriat, la prise de risque et innovation.

De son côté Drucker (1985) avait conçu l'esprit d'entreprise en tant que système, il est une sorte de « comportement » non un « trait de caractère », c'est-à-dire qu'il n'est pas une caractéristique propre à un individu ou à une institution, c'est une pratique. Et l'entrepreneur à ses yeux est un élément essentiel de la dynamique flexible de l'économie capitaliste. En bref, il est le révolutionnaire de l'économie, car l'innovation est l'instrument spécifique de l'esprit d'entreprise.

2.1. Les dimensions de l'esprit d'entreprise :

2.1.1. L'entrepreneuriat :

Admettre que l'entrepreneuriat puisse constituer une des voies principales du développement conduit à en faire un objet de recherche. L'appréhension n'en est pourtant pas simple. Dans la littérature, le terme « entrepreneuriat » renvoie tantôt à l'environnement de la création d'activité, tantôt à l'entrepreneur lui-même et tantôt à l'esprit d'entreprise ou à l'action d'entreprendre, voire au résultat de cette action, l'organisation créée, reprise ou transformée.

²² OCDE : « Stimuler l'esprit d'entreprise », Paris, 1998, p 11.

Pour Julien et Marchesnay l'entrepreneuriat constitue au premier chef la consécration directe de l'esprit d'entreprise, de la volonté d'entreprendre dans les affaires²³.

Pour eux, le vocable d'entrepreneuriat dans la littérature tourne généralement autour de trois concepts : *l'entrepreneur*, *l'esprit d'entreprise* et *la création d'entreprise*. Donc, il résulte que l'entrepreneuriat est un des domaines d'application de l'esprit d'entreprise.

Mais, définir ce concept n'est pas une chose simple comme le souligne Verstraete. T : « *il n'y a pas de consensus sur une théorie de l'entrepreneuriat, encore moins une définition univoque* »²⁴.

Ou encore Bruyat (1993) : « *Faute d'une réflexion épistémologique et de modèles théoriques s'appuyant sur le savoir accumulé, la recherche en matière d'entrepreneurship et de création d'entreprise se trouve dans une impasse* »²⁵.

Cette difficulté de définir l'entrepreneuriat tient de fait que ce phénomène est caractérisé par une importante hétérogénéité dont les manifestations sont multiples. Néanmoins, de nombreux travaux dans le domaine avaient proposé de multiples définitions sans qu'aucune d'entre-elles ne reçoive un consensus général.

Autrement dit, une définition précise de l'entrepreneuriat reste encore largement débattue. Dans un essai de définition, Anderson (2002)²⁶ conclut qu'il est impossible de s'accorder sur une définition précise de l'entrepreneuriat.

Dans notre analyse, il n'est pas question de développer une étude de toute la littérature sur le sujet : elle est très étendue, variée, spécialisée, et découpée en de très fines nuances. D'autant qu'aucun cadre général, à notre connaissance, ne fait l'unanimité.

Fayolle et Verstraete (2005)²⁷ pensent également que l'entrepreneuriat est un domaine trop complexe et trop hétérogène pour se limiter à une définition. Ils proposent donc de classer les différentes définitions avancées par les auteurs selon quatre courants de pensée ou paradigmes.

²³ JULIEN. P.A et MARCHESNAY. M ;(1996), op. cit, p 11.

²⁴ VERSTRAETE. T : « L'entrepreneuriat : modélisation du phénomène », Revue Entrepreneuriat –vol 1, n°1, 2001, p 5.

²⁵ BRUYAT. C (1993), op. cit, p 10.

²⁶ ANDERSON (2007), Cité par JANSSEN. F : « Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat » ; Edition De Boeck, 2009, p 26.

²⁷ VERSTRAETE. T et FAYOLLE. A : « Paradigmes et entrepreneuriat », Revue de l'entrepreneuriat, vol 4, n°1, 2005.

2.1.1.1. Les paradigmes de l'entrepreneuriat :

a. Le paradigme de l'opportunité d'affaire :

Cette perspective définit l'entrepreneuriat comme la capacité à créer ou à repérer des opportunités et à les exploiter (Shane et Venkataraman, 2000), ces derniers précisent que l'entrepreneuriat ne requiert pas systématiquement la création d'une nouvelle organisation, mais l'acception qu'ils ont de cette dernière manifestation se réduit au sens classique de la création d'une entreprise. La détection des opportunités provient souvent d'une recherche plus au moins explicite d'informations. Ces dernières servent la construction d'une opportunité, ou plutôt la mise au point plus au moins avancée d'une idée qui, elle peut éventuellement être une opportunité d'affaire. En effet, cette information est étudiée selon deux orientations :

- La première s'intéresse au processus cognitif utilisé par certain individus pour identifier les opportunités (Gaglio et Taub, 1992, Kaisch et Gilad, 1991, Hills, 1995). Les entrepreneurs manquant de pratique reçoivent davantage d'information que les entrepreneurs expérimentés. Ces derniers, sur la base de leurs dispositions cognitives et de leur réseau, savent mieux capter les informations pertinentes pour leurs affaires.
- La seconde orientation prend le point de vue du marché pour considérer, sans exclure l'intervention ou les facultés de l'entrepreneur, l'environnement (un territoire, un réseau, un marché, un dispositif,...) comme porteur d'informations à collecter, à analyser et à interpréter. I.Kerzner (1979) peut être classé dans cette perspective.

Casson (1991) assimile les opportunités à des « *occasions où de nouveaux biens, services, matières premières et méthodes d'organisation peuvent être présentés et vendus à un prix plus élevé que leur coût de production* »²⁸.

Au total, ce paradigme s'intéresse aux sources des opportunités, au processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation de celle-ci, ainsi qu'aux individus qui les découvrent, les évaluent et les exploitent.

b. Le paradigme de la création d'organisation :

Ce courant de pensée définit l'entrepreneuriat comme la création d'une organisation par une ou plusieurs personnes (Gartner, 1990 ; Verstraete, 1999, 2002, 2003), dans cette perspective la création d'une organisation n'est pas synonyme de la création d'une entreprise au sens

²⁸ CASSON. M : « L'entrepreneur » ; Editions Economica, Paris, 1991.

restrictif du terme, ce que les modélisations du présent paradigme dépasse maintenant largement. Pour Verstraete (2003) : « Dans notre thèse, l'entrepreneuriat est vu comme un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion »²⁹. Selon cet auteur, l'entrepreneur est vu comme un créateur d'organisation, l'entrepreneuriat comme une dialectique entre l'entrepreneur et l'organisation. L'étude de l'entrepreneuriat ne s'inscrit pas dans une disjonction analytique de l'organisation mais nécessite une pensée systémique intégrant l'action, le résultat en découlant et l'entrepreneuriat fait naître. L'auteur relève que diverses formes organisationnelles peuvent naître du phénomène entrepreneurial (qui n'est pas forcément une entreprise ou une firme) et le fait que l'apparition d'une entité peut n'être qu'un jalon dans l'impulsion d'un phénomène plus large.

c. Le paradigme de la création de la valeur :

Ce courant de pensée définit l'entrepreneuriat comme un phénomène ou un processus créant de la valeur (Ronstadt, 1984 ; Bruyat, 1993 ; Bruyat et Julien, 2001), qu'elle soit individuelle, économique ou sociale. Souvent l'entrepreneuriat est considéré comme porteur de richesse et d'emploi pour la nation, ou bien globalement de la valeur. Ses enjeux économiques et sociaux sont relevés depuis longtemps, ainsi plusieurs études s'efforcent de démontrer l'existence de liens forts entre les activités entrepreneuriales et la croissance économique dans de nombreux pays. Ainsi, plusieurs auteurs insistent sur l'importance des apports de l'entrepreneuriat à l'économie.

La création de valeur a été empiriquement identifiée comme un thème situé au cœur de l'entrepreneuriat par Bruyat (1993) : « l'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneurship est la dialogique individu/création de la valeur »³⁰. Pour cet auteur, le champ de l'entrepreneuriat s'ancre dans la relation liant un individu et la valeur nouvelle que ce dernier crée ou peut créer.

Si l'entrepreneuriat constitue un mécanisme majeur dans le processus de création de la valeur, il n'en demeure pas moins que la création de valeur relève d'une diversité de pratiques qui ne se réfèrent pas toutes à l'entrepreneuriat.

²⁹ VERSTRAETE. T : « Proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat : $PhE = f[(C \times P \times S) c(E \times Q)]$; les éditions de l'ADREG (www.editions-adreg.net), 2003, p 13.

³⁰ BRUYAT. C, (1993), op.cit, p 57.

Ce qui peut démarquer l'acception que semble partager les représentants de ce paradigme en entrepreneuriat réside dans le caractère novateur de la valeur.

Bruyat (1993)³¹ montre à travers la matrice qu'il dessine pour représenter différents courants de la recherche en entrepreneuriat, le caractère plus ou moins nouveau de la valeur apportée, et le changement qu'induit cet apport de valeur chez celui qui en est le promoteur. Plus un phénomène étudié ou un objet de recherche apportent, à la fois, nouveauté et changement, plus il y aurait un relatif consensus au sein de la communauté académique pour admettre que ce phénomène ou cet objet se situent dans le domaine de l'entrepreneuriat.

Toutefois, la valeur résultant d'un processus entrepreneurial est nouvelle en ce sens qu'il y a, ou pas qu'il y aura, un changement plus au moins intense dans l'environnement directement concerné par le processus correspondant.

d. Le paradigme de l'innovation :

Dans la lignée des travaux de Schumpeter, ce courant accorde une importance capitale à l'innovation dans la définition de l'entrepreneuriat, Julien et Marchesnay (1996) donnent une définition à l'entrepreneuriat à partir de cette vision « *l'innovation constitue le fondement de l'entrepreneuriat, puisque celui-ci suppose des idées nouvelles pour offrir ou produire de nouveaux bien ou services, ou, encore pour réorganiser l'entreprise. L'innovation c'est créer une entreprise différente de ce qu'on connaissait auparavant, c'est découvrir ou transformer un produit, c'est proposer une nouvelle façon de faire, de distribuer ou de vendre* »³².

Ils précisent leurs acceptions de l'innovation. De nature technologique ou de nature organisationnelle, l'innovation peut être radicale, systémique, sporadique ou globale. Autrement dit, pour reprendre un vocabulaire désormais répandu, l'innovation peut être de rupture (radicale) ou plus incrémentale.

Des auteurs comme Drucker (1985), classe l'innovation d'une façon claire comme la fonction spécifique de l'entrepreneuriat. Il considère l'innovation comme une condition de création de la valeur, il affirme : « *l'innovation est le fondement de l'entrepreneuriat...* »³³.

³¹ BRUYAT. C (1993), op.cit, p 287.

³² JULIEN. P, A et MARCHESNAY. M, (1996), op. cit, p 35.

³³ DRUCKER. P : « Les entrepreneurs » ; Edition Hachette, Paris, 1985, p 30.

L'ensemble des partisans de ce courant font référence dans leurs écrits à la célèbre citation de Schumpeter en (1939) : « *toute tentative de faire les choses différemment dans le domaine de la vie économique devrait être considéré comme une innovation susceptible de fournir un avantage temporaire, et des profits, à la firme* »³⁴.

Il est important de souligner que les auteurs qui s'inscrivent dans l'un ou l'autre courant de pensée concilient souvent plusieurs paradigmes en les associant à leur définition. Pour retenir une définition de l'entrepreneuriat, il est donc utile de s'inscrire dans une vision globalisante qui tienne compte des différents paradigmes cités plus haut.

2.1.1.2. L'entrepreneur : personnage central au cœur de l'entrepreneuriat

A l'instar de l'entrepreneuriat, le mot « entrepreneur » reste un concept ambigu aux yeux de plusieurs personnes, sa définition ne fait l'objet d'aucun consensus, ni au sein des chercheurs, ni pour les praticiens. Selon Verstraete (1998)³⁵, il est aussi difficile de définir ce qu'est un entrepreneur que de définir qui est un entrepreneur. Le concept est polysémique et changeant selon les caractéristiques de l'époque (Boutillier et Uzunidis, 1995)³⁶. Mais une chose est sûre, c'est un personnage clé dans la théorie économique, qui s'avère difficile d'en dresser le portrait avec précision.

Il est néanmoins au cœur du phénomène entrepreneurial, le mot entrepreneuriat contient déjà la notion « entrepreneur » et c'est lui qui impulse la démarche entrepreneuriale. Autrement dit, on ne peut pas définir l'entrepreneuriat ou encore l'esprit d'entreprise sans ne faire référence à l'entrepreneur, il est le sujet, l'acteur. Aussi, l'entrepreneuriat est vu comme étant l'action de l'entrepreneur. Mais, jusqu'à l'heure actuelle, il n'existe pas une définition standardisée et universellement acceptée de l'entrepreneur.

Selon Fillion (1991)³⁷, une des difficultés majeures dans l'étude du rôle de l'entrepreneur consiste à définir qui est un entrepreneur ou ce qu'est un entrepreneur.

³⁴ SCHUMPETER. J. A : « Théorie de l'évolution économique » ; Édition Dalloz, Paris, 1935, p 84.

³⁵ VERSTRAETE. T : « Esprit entrepreneurial et cartographie cognitive : utilisations académique, pratiques et pédagogique de l'outil », Colloque Euro PME, Rennes, 1998.

³⁶ BOUTILLIER. S et UZUNIDIS. D : « L'entrepreneur : une analyse socio-économique », Editions Economica, Paris, 1995.

³⁷ FILLION. L. J : « Visions et relations : clés du succès de l'entrepreneur » ; Les Editions de l'entrepreneur, Montréal, 1991.

Dans la même vision Casson (1991)³⁸, ajoute qu'il n'existe aucune théorie de l'entrepreneur qui fasse l'unanimité au sein de la communauté scientifique.

L'entrepreneur dans ce cas apparaît comme un individu, lequel est considéré comme l'acteur-clé de l'esprit d'entreprise ; « *L'esprit d'entreprise est une notion qui désigne les personnes, les choix et les actions engagées pour démarrer, reprendre ou gérer une affaire* »³⁹. Cependant, l'esprit d'entreprise se concrétise, et est « mis en scène » par un acteur : l'entrepreneur.

De notre part, serait considérée comme « entrepreneur » toute personne animée de l'esprit d'entreprise. Telle était, par exemple, la position défendue par Drucker⁴⁰.

Toutefois, En s'inspirant d'un questionnement de Stevenson et Jarillo (1990)⁴¹, il est désormais courant, pour étudier l'entrepreneur de distinguer trois approches :

a. l'approche centrée sur les faits : Répondant en quelque sorte à la question « *What* » (Que fait l'entrepreneur ?), cette première approche est une approche fonctionnelle directement héritée des grands auteurs de la Théorie Economique tels que Cantillon (1755), Say (1803), Schumpeter (1935) ou Kirzner (1983). Considérée comme la base historique de l'entrepreneuriat, l'approche fonctionnelle, celle des économistes, se donne pour objet de saisir l'impact de la création d'entreprise et le rôle des entrepreneurs dans le développement socio-économique des sociétés.

b. l'approche centrée sur les individus : La deuxième approche ou approche par les traits cherche à identifier les caractéristiques des entrepreneurs et ce qui les démarque des publics non entrepreneurs. Elle répond aux questions « *Who and Why* » (Qui sont les entrepreneurs ? Pourquoi entreprennent-ils ?). La qualité d'entrepreneur est-elle innée ou acquise? Quel est le profil idéal de l'entrepreneur? Les spécialistes des sciences du comportement ont voulu répondre à ces questions en abordant l'entrepreneur à travers l'approche par les traits. Cette approche décrit l'entrepreneur par ses caractéristiques psychologiques, ses traits de personnalité, ses motivations, ses comportements, son origine sociale et sa carrière professionnelle.

³⁸ CASSON. M, (1991), op. cit.

³⁹ Commission des Communautés Européennes : « L'esprit d'entreprise en Europe », COM 2003,27 final, Bruxelles, 21/01/2003, p 6.

⁴⁰ DRUCKER. P, (1985), op. cit.

⁴¹ STEVENSON et JARILLO, (1990), Cités par LEVY-TADJINE. T : « L'entrepreneuriat immigré et son accompagnement en France », Thèse pour le Doctorat de Sciences de Gestion, Université du SUD- Toulon – Var, 2004, p 15.

c. l'approche centrée sur le processus : La reconnaissance, même tardive, du caractère complexe et multidimensionnel de la création d'entreprise a inauguré l'ère de l'approche sur les processus entrepreneuriaux (Gartner, 1985 ; Bruyat et Julien, 2001 ; Hernandez, 1999). Elle répond à la question « *How* ». La diversité des entrepreneurs et de leurs projets d'entreprise a mobilisé plus d'un chercheur, une vingtaine peut-être, dans l'étude du processus entrepreneurial.

d. Synthèse des différentes approches :

La revue de l'évolution du champ de l'entrepreneuriat a permis de mettre l'accent sur la multidisciplinarité de l'objet d'étude et les différentes ruptures épistémologiques survenues à la suite des recherches, passant du courant positiviste aux tendances constructivistes.

Les tenants de l'approche volontariste, insistent sur les facteurs d'intervention de l'Etat pour expliquer l'acte entrepreneurial. Ils voient la création d'entreprise comme un phénomène complexe et multidimensionnel devant inclure les caractéristiques psychologiques de l'entrepreneur et des facteurs contextuels (Hernandez, 1999)⁴². Et c'est dans cette logique que s'inscrit notre problématique de recherche qui consiste à démontrer les apports des politiques publiques en faveur de l'entrepreneuriat et plus particulièrement l'esprit d'entreprise. Autrement dit, l'influence des facteurs politico-institutionnels sur le comportement des entrepreneurs et spécialement les jeunes.

Fayolle (2002)⁴³ propose un tableau synthétisant ces trois angles de recherche sur l'entrepreneur (voir le tableau ci-après page 34)

⁴² HERNANDEZ. E, M : « le processus entrepreneurial ; vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat » ; Edition L'Harmattan, 1999.

⁴³ FAYOLLE. A : « Du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneurial : quelques idées et pistes de recherche », 6^{ème} Congrès international francophone sur la PME - Octobre 2002 - HEC – Montréal.

Tableau n°1 : Les trois approches de la Recherche en Entrepreneuriat.

Question Principale	<i>What</i> (Approche fonctionnelle)	<i>Who / Why</i> (Approche sur les individus)	<i>How</i> (Approche sur les processus)
Échelle du temps	200 dernières années	Depuis le début des années 50	Depuis le début des années 90
Domaine scientifique principal	Économie	Psychologie, sociologie Psychologie cognitive Anthropologie sociale	Science de gestion Science de l'action Théories des organisations
Objet d'étude	Fonctions de l'entrepreneur	Caractéristiques personnelles, Traits des individus entrepreneurs et entrepreneurs potentiels	Processus de création d'une nouvelle activité ou d'une nouvelle organisation
Paradigme dominant	Positivisme	Positivisme Sociologie compréhensive	Constructivisme Positivisme
Méthodologie	Quantitative	Quantitative Qualitative	Quantitative Qualitative
Hypothèse de base	L'entrepreneur joue / ne joue pas un rôle important dans la croissance économique	Les entrepreneurs sont différents des non-entrepreneurs	Les processus entrepreneuriaux sont différents les uns des autres
Lien avec la demande sociale (qui est intéressé par ...)	État, collectivités territoriales Responsables Économiques	Entrepreneurs Entrepreneurs potentiels Système éducatif Formateurs	Entreprises Entrepreneurs Entrepreneurs potentiels Éducateurs et formateurs Structures d'accompagnement et d'appui des entrepreneurs

Source : FAYOLLE, A., (2002 : p8).

2.1.1.3. Les typologies d'entrepreneurs :

« Le comportement de l'entrepreneur n'a pas cessé de se transformer avec le temps. Les années 80 étaient caractérisées par une crise prolongée et un chômage élevé. Cette situation a donné naissance à trois types d'entrepreneur : le traditionnel, le moderne et le futuriste. Cette typologie est due aux événements des années 1980-1990. Durant cette période, la grande entreprise a subi un échec. La réaction des managers était rigide face à un environnement turbulent et de plus en plus exigeant. »⁴⁴

L'analyse de l'esprit d'entreprise nécessite une connaissance approfondie des comportements réels des preneurs de décisions, d'où l'importance de classer ces derniers en fonction de leurs aptitudes différentes à manifester cet esprit d'entreprise et le développement d'une typologie d'entrepreneurs.

L'intérêt de cette typologie est d'offrir un outil notamment dans l'analyse des cas. Le nombre de typologies étant important, nous nous limitons à en présenter certaines qui nous paraissent mieux adaptées à l'analyse des entrepreneurs.

- 1- Le premier type serait le chef d'entreprise « entrepreneur », réunissant les qualités d'innovateur, de preneur de risque (investissement de ses capitaux personnels) et organisateur. Peu de typologies reprennent ce type idéal ;
- 2- Le second type serait celui du chef d'entreprise innovateur, l'innovation portant le plus souvent sur les produits et marchés, plus que sur les technologies et procédés ;
- 3- Le troisième type correspond à l'entrepreneur technicien, faiblement innovateur et gestionnaire recherchant une performance moyenne et stable ;
- 4- Le quatrième type met l'accent sur les facultés d'organisateur. Il est appelé « manager » ou « professionnel » selon les cas. Il est animé du souci de performance de son organisation, de la meilleure planification des ressources, ses objectifs étant fixés et ses produits stabilisés.

⁴⁴ MELBOUCI. L : « L'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales : de l'économie administrée à l'économie de marché : quelle stratégie pour l'entrepreneur algérien face à la concurrence mondiale? », Communication présentée au 8^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME (CIFEPME), Haute Ecole de Gestion (HEG) Fribourg, Suisse, 2006, p 3.

2.1.1.4. Les buts économiques des entrepreneurs :

« Plus l'entreprise est petite, plus les buts que se fixe le dirigeant sont importants et conditionnent les choix stratégiques. »⁴⁵.

Tout dirigeant d'une entreprise doit être en mesure de fixer les objectifs à atteindre dans un certain délai et sur un horizon de temps donné. Certes, être un chef d'entreprise rentable est la garantie d'un revenu intéressant, d'un statut social enviable et de l'estime des autres n'est pas le premier but des entrepreneurs; selon plusieurs auteurs, la réalisation personnelle leur paraît plus déterminante. Il existe certainement une multitude d'autres buts. On peut citer par exemple : la volonté d'assurer un revenu ou un emploi pour sa famille et les satisfactions psychologiques à être le patron.

Pour Julien P.A : *« Il existe trois buts ressortaient de la littérature consacrée aux typologies d'entrepreneurs : la recherche de la pérennisation et de la survie, la recherche de l'indépendance et de l'autonomie de décision et enfin, la recherche de la croissance et du pouvoir. »⁴⁶*

1- La pérennité : l'entreprise est créée et développée en sorte qu'elle se pérennise, qu'elle survive à son créateur qui la transmettra à ses héritiers. Ce but apparaît déterminant lorsque l'affaire repose sur des capitaux familiaux.

2- L'indépendance : le désir d'être « son propre patron », « de ne rien devoir à personne » marque, parfois de façon viscérale le comportement des chefs des PME, il se manifeste dans la logique financière, industrielle et institutionnelle.

3- La puissance : un autre plan de la littérature consacrée à l'entrepreneuriat accorde une place essentielle au désir d'accomplissement, puis au goût du pouvoir.

Il est important de raisonner en termes de panier d'utilités, le dirigeant de PME se fixe un ensemble hiérarchique de buts. On fait ressortir deux grands paniers, donc, deux grands types d'entrepreneurs :

⁴⁵ MARCHESNAY, M. et FOURCADE, C : « Gestion de la PME/PMI », Edition. Nathan, Paris, 1997.

⁴⁶ JULIEN, P-A. : « Les PME Bilan et perspectives », Edition. Economica, Paris, 1996.

- *L'entrepreneur P.I.C.* (pérennité, indépendance, croissance), analogue à l'entrepreneur artisan : ce chef d'entreprise utilise les capitaux familiaux. Le développement de l'affaire est soumis aux conditions de pérennisation et d'indépendance, en d'autres termes, au réinvestissement systématique des revenus familiaux dans l'affaire.

- *L'entrepreneur C.A.P.* (croissance, autonomie, pérennité), ces entrepreneurs mettent la croissance comme objectif principal, on dira ici qu'il s'agit des opportunistes qui cherchent à jouer des turbulences de l'environnement pour y trouver des occasions de lancer des affaires rentables, en deuxième rang on trouve l'autonomie et en dernier lieu la pérennité.

Au fil de nos lectures, nous sommes en mesure de mieux appréhender ce personnage clé qu'est l'entrepreneur.

2.1.2. L'esprit d'entreprise et la prise de risque :

2.1.2.1. Notion de risque dans la littérature :

Selon Knight (1921) : « *L'acceptation du risque et de l'incertitude caractérise l'esprit d'entreprise et justifie le profit de l'entrepreneur* »⁴⁷.

La notion de risque ait toujours été au centre de la définition de concepts tels que ; entrepreneur, création d'entreprise et esprit d'entreprise. Pendant une longue période, les chercheurs en entrepreneuriat ont soutenu l'idée que créer une entreprise est un comportement risqué. Pour les économistes classiques, la prise de risque est la caractéristique distinctive de l'entrepreneur, à l'image du premier auteur sur ce sujet, à savoir Cantillon (1697-1735)⁴⁸, qui a mis plus particulièrement l'accent sur la prise de risque liée à l'incertitude du marché. Pour cet auteur le risque que prend l'entrepreneur est par conséquent dépend de l'incertitude économique.

Schumpeter (1935) a défini l'entrepreneur comme celui qui introduit et conduit l'innovation. C'est celui qui exécute de nouvelles combinaisons, il réalise « *quelque chose d'autre que ce qu'il accomplit par la conduite habituelle* »⁴⁹. Il possède un « coup d'œil » particulier et sait agir en dehors « de la routine » ; il ne suit pas le chemin, il le construit ; il ne suit pas un plan, il l'élabore. Il apporte du nouveau qu'il n'est facile d'imposer. L'entrepreneur doit « deviner » et faire preuve de créativité. Une créativité qui n'échappe pas au risque d'échouer.

⁴⁷ BOUTILLIER. S, UZUNIDIS. D, (1995), op. cit, p 23.

⁴⁸ BOUTILLIER. S, UZUNIDIS. D, (1995), op. cit, p 16.

⁴⁹ SCHUMPETER, J.A, (1935), op. cit, p 116.

La prise de risque apparaît, donc, comme l'une des caractéristiques distinctives du comportement entrepreneurial. Elle demeure au cœur des différentes recherches qui ont abordé l'entrepreneur et sa psychologie, car, il est évident que la création d'une nouvelle entreprise ou la reprise d'une existante est par définition une aventure tachée de risques.

En effet, l'entrepreneur ne se contente pas d'imaginer les formes futures et de concevoir les innovations, il passe à l'action en organisant la structure et les processus de l'entreprise et en s'engageant vis-à-vis de tiers ou avec ses deniers personnels.

De l'autre côté, Say. J.B précise que : *« la réalisation des profits, est fonction d'aléas que l'entrepreneur ne maîtrise pas ...en cas de banqueroute, il en supporte toutes les conséquences »*⁵⁰.

Toutefois, l'entrepreneur pour de nombreux économistes est un agent économique aventurier, qui se caractérise par un esprit particulier, parce qu'il assume un risque économique, financier et commercial. En d'autre terme l'entrepreneur risque son capital en créant une entreprise sans garantie de réussite future.

Comme nous venons de le voir précédemment, il est bien clair que l'entrepreneur est un personnage clé de la dynamique capitaliste dans la mesure où il assumerait les risques inhérents au fonctionnement du marché. S'agissant du risque et de l'incertitude, il faut dire qu'ils sont inséparables de la démarche entrepreneuriale. L'indicateur permet d'appréhender l'importance de l'évitement du risque, de l'imprévu et de l'incertitude. Évidemment, l'entrepreneur se doit d'assumer des risques, mais pas à n'importe quel prix ; il prend un risque calculé, modéré, qui lui permet de tirer un avantage certain. Généralement, il ne s'engage dans une affaire qu'après avoir pris en considération le pour et le contre. Si la réussite personnelle et financière est probable, alors il lance l'entreprise. Autant dire que risque et sécurité font généralement bon ménage.

Le risque est présent dans tout projet, quelle que soit l'activité ou le secteur visé, il est une conséquence évidente de l'incertitude et de la contingence dans laquelle baigne chaque projet. Le risque est peut être défini comme le degré de probabilité attaché à l'échec. Il existe plusieurs types de risque que l'entrepreneur peu supporter durant son engagement dans l'activité entrepreneuriale. Julien et Marchesnay (1996) font la distinction entre trois types de risque liés à l'activité entrepreneuriale :

⁵⁰ BOUTILLIER. S : « l'entrepreneur, entre risque et innovation », Revue Innovation, numéro 3-1996, 1996.

2.1.2.2. Types de risques liés à l'activité entrepreneuriale :

a. Risque financier : est un risque supporté sur les capitaux engagés dans l'entreprise. Souvent, l'entrepreneur engage ses propres capitaux, et sa responsabilité s'étend, peu ou prou à ses biens personnels et familiaux. Il peut aussi faire appel à des capitaux extérieurs (amis, banques, Etat,...). Le risque dans ce cas est celui de non remboursement des emprunts. Ce type de risque peut être analysé en trois sous-types :

- le risque de non rentabilité.
- le risque de non solvabilité.
- le risque d'illiquidité.

b. Risque stratégique : ce type de risque est supporté par l'entrepreneur seul, dans le cas d'une entreprise personnelle. Ce risque est lié au choix des activités, en fonction des compétences de l'entrepreneur, des ressources dont il dispose et du positionnement sur le marché. L'erreur ou l'échec de la stratégie se traduit bien souvent par la cessation de l'activité, le dépôt du bilan, voire la faillite.

c. Risque personnel : sont constitués de tous les dysfonctionnements possibles dans la gestion des ressources. Ils relèvent en principes de qualités de manager, de gestionnaire. Mais, bien souvent l'entrepreneur doit en assumer seul une large partie, et ne peut faire la distinction entre les risques stratégiques et les risques opérationnels, qu'il traite simultanément, au jour le jour.

Cependant, l'attitude de l'entrepreneur vis-à-vis du risque ne peut être appréhendée de façon simpliste. Il n'en reste pas moins que les vertus cardinales de l'esprit d'entreprise reposent sur la prise de risque.

Néanmoins, pour l'étude du comportement entrepreneurial face au risque, la littérature s'est focalisée sur deux approches, à savoir : l'approche par les traits et l'approche cognitive.

2.1.2.3. Etude de risque entrepreneurial à travers les approches :

a. Le risque entrepreneurial dans l'approche par les traits :

Les premières recherches en entrepreneuriat se sont focalisées essentiellement sur le créateur et, plus particulièrement, sur ses traits de personnalité. Ainsi, elles se sont concentrées sur le volet psychologique de l'individu, en essayant de répondre à différentes questions.

Telles que : pourquoi dans des circonstances similaires certains individus décidaient de lancer leur propre entreprise alors que d'autres ne le faisaient pas? Ou encore être entrepreneur relève-t-il de l'inné ou de l'acquis ?

La personnalité du créateur, ses origines, sa formation, son sexe, etc., sont des critères qui étaient à l'origine de multiples recherches. Ainsi, plusieurs traits et caractéristiques ont été attribués à l'entrepreneur : Le besoin d'accomplissement (McClelland, 1965), l'internalité du lieu de contrôle (Brockhaus, 1982), la tolérance de l'ambiguïté (Sexton et Bowman, 1985), la propension à la prise de risque (Begley & Boyd, 1987 ; Brockhaus, 1980)⁵¹.

Dans cette logique, l'échec d'une expérience entrepreneuriale, affecte l'entrepreneur sur tous les niveaux (financier, l'opportunité de carrière, familial, psychologique...), il est souvent perçu comme un énorme échec de l'entrepreneur lui-même.

De point de vue de la propension au risque, les fonctions entrepreneuriales impliquent, premièrement, une mesure et une prise du risque, aux yeux de plusieurs auteurs. Il apparaît naturel que les entrepreneurs ont un niveau très élevé d'acceptation du risque, voir même de préférence de risque, ils sont inhérent au qualitatif de preneurs de risque.

Au contraire, McClelland (1961)⁵² a avancé qu'actuellement les entrepreneurs ont un niveau modéré de prise de risque. Car motivés par leur besoin d'accomplissement, les entrepreneurs introduisent des activités qui sont à la fois compétitives et réalisables, en utilisant leurs compétences. Dans cette logique, les entrepreneurs maximisent leur chance de réussite.

b. Le risque entrepreneurial dans l'approche cognitive :

L'approche cognitive Initiée en entrepreneuriat par Kirzner (1973, 1979). Elle tente de comprendre comment les perceptions, les styles de prise de décision et les intentions affectent les comportements des entrepreneurs et spécialement leurs attitudes face au risque. Cet auteur a introduit la théorie de « la vigilance entrepreneuriale » qui attribue à l'entrepreneur une habilité unique à découvrir et à exploiter des opportunités que les autres échouent à percevoir.

⁵¹ RACHDI. F et KHALID. K : « Le déterminisme de la perception du risque entrepreneurial, dans le choix formel/informel : le Cas du Maroc », Communication au 8^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Fribourg, 2006.

⁵² FILLION, L-J : « Le champs de l'entrepreneuriat : histoire, évolutions, tendances », cahier de recherche n° 97.01, HEC Montréal, 1997.

L'entrepreneur est vu comme quelqu'un qui raisonne, qui calcule, évalue les moyens à mobiliser et à mettre en œuvre pour atteindre une fin. C'est cette démarche consciente qui expliquerait son action et, en particulier, ses comportements professionnels.

Ainsi, l'entrepreneur a une perception différente du risque, et il perçoit des situations avec plus d'optimisme par rapport à des non entrepreneurs.

Certes, les deux approches ont révélé des contributions importantes dans la compréhension des comportements entrepreneuriaux par rapport au risque. Mais elles ont eu du mal à prouver que les entrepreneurs sont moins averses au risque que les non entrepreneurs. Leur principale limite est de se pencher sur une approche unidimensionnelle du phénomène entrepreneurial, axée sur l'entrepreneur.

2.1.3. Innovation moteur de l'esprit d'entreprise :

Depuis Cantillon et Say, considérés tous deux comme les fondateurs du champ de l'entrepreneuriat, l'innovation et l'entrepreneuriat sont des concepts reliés (Fayolle 2005)⁵³. Schumpeter s'inscrira aussi dans cette perspective en suggérant que l'innovation corresponde à l'activité principale de l'entrepreneur (Tounes, 2005)⁵⁴.

En d'autres termes, l'entrepreneur est vu comme un innovateur. Au sein d'une organisation, l'entrepreneur possède généralement une très forte influence sur la conduite des affaires, notamment due à sa position hiérarchique. Il est l'un des acteurs qui initie et implante les innovations.

L'innovation est une caractéristique majeure pour définir l'entrepreneuriat et l'esprit d'entreprise. Elle peut prendre différentes formes, par exemple, l'introduction de nouveaux produits/services dans le marché ou la modification des caractéristiques des produits/services.

2.1.3.1. Définition de l'innovation :

L'innovation est considérée par plusieurs auteurs comme un moteur significatif de croissance économique et de création de richesses. Elle est vue comme un levier de la puissance économique et du développement commercial futur des entreprises. Elle est liée à un acteur social, qui est l'entrepreneur et implique une activité entrepreneuriale au sens schumpétérien du terme, généralement sous la forme de nouveaux produits, de nouveaux

⁵³ FAYOLLE. A, (2005), op. cit

⁵⁴ TOUNES. A : « L'ENTREPRENEUR : l'odyssée d'un concept », Cahier de recherche, CREGO Centre de Recherche et d'Etudes en Gestion des Organisations, n° 03-73, IAE de Rouen.

procédés de production, de nouvelles activités, ayant la capacité de générer un potentiel de croissance économique ou sociale.

Drucker (1985) nous a appris que l'innovation est l'outil qui permet à l'entrepreneur de créer de la valeur. La fonction entrepreneuriale consiste alors dans la pratique de nouvelles connaissances pour les rendre productives.

A ce propos il signale : « *L'innovation est l'instrument spécifique des entrepreneurs, le moyen d'utiliser le changement comme une opportunité ouverte sur une affaire ou un service différent. Elle peut être présentée comme une discipline, elle peut s'apprendre et se pratiquer. Les entrepreneurs doivent chercher les sources d'innovations qui peuvent réussir. Ils doivent connaître et appliquer les principes qui permettent à ces innovations de réussir* »⁵⁵.

De leur côté, Julien et Marchesnay voient de l'innovation comme le moteur de l'entrepreneuriat, elle est au cœur même de la démarche entrepreneuriale : « *l'innovation constitue le fondement de l'entrepreneuriat, puisque celui-ci suppose des idées nouvelles pour offrir ou produire de nouveaux biens ou services, ou encore, pour réorganiser l'entreprise* »⁵⁶. Pour eux l'innovation est l'action de créer une entreprise différente de ce qu'on connaissait auparavant.

L'OCDE (1997) considère l'innovation comme : « *le renouvellement et l'élargissement de la gamme de produits et services et des marchés associés, la mise en place de nouvelles méthodes de production, d'approvisionnement et de distribution, l'introduction de changement dans la gestion, l'organisation du travail ainsi que dans les conditions de travail et les qualifications des travailleurs. Innover, c'est donc mener une réflexion globale sur le fonctionnement de l'entreprise afin de pouvoir la rendre plus souple, plus réactive et plus compétitive* »⁵⁷.

Toutefois, il est admet aujourd'hui que l'innovation est indissociable de la fonction entrepreneuriale et que l'entrepreneur doit relever les nouveaux défis de l'innovation. Le concept d'innovation est en relation direct avec celui d'entreprise, et pratiquement tous les projets d'entreprise reposent sur l'origine sur une innovation.

⁵⁵ DRUCKER. P, (1985), op. cit, p 43.

⁵⁶ JULIEN. P-A et MARCHESNAY. M (1996), op. cit, p 35.

⁵⁷ OCDE et Eurostat, Manuel d'Oslo, la mesure des activités scientifiques et technologiques : 2ième Edition, 1997, p 56.

2.1.3.2. L'entrepreneur innovateur de Schumpeter :

La principale contribution de Schumpeter à l'analyse de l'innovation est celle de l'entrepreneur innovateur. Il est plus que tout autre auteur, très explicite sur la fonction économique de l'entrepreneur. Il voit de ce dernier comme le moteur de l'évolution économique et le révolutionnaire de l'économie, il perturbe l'équilibre économique en créant des nouvelles possibilités de production.

Pour cet auteur, ce personnage est un vecteur de changement dans le système économique, introduisant ce qu'il appelle : « *la création destructive de valeur* ». L'entrepreneur schumpetérien en revanche, réalise les nouvelles combinaisons de moyens de production. C'est-à-dire : l'innovation. Ainsi, l'innovation est perçue comme l'instrument spécifique des entrepreneurs.

Autrement dit, dans un système économique où les agents économiques ne possèdent pas la même information, l'entrepreneur en fait utilise ou bien profite d'une opportunité ouverte sur une affaire ou un service pour exécuter de nouvelles combinaisons qui sont à son esprit portantes de changement.

Cependant, les entrepreneurs doivent chercher les sources d'innovations qui peuvent réussir. Et ils doivent connaître et appliquer les principes qui permettent à ces innovations de réussir. L'innovation alors, est l'action qui consiste à ouvrir de nouvelles possibilités aux ressources pour pouvoir créer des richesses. A cet aspect il écrit « *le rôle de l'entrepreneur consiste à ouvrir à reformer ou à révolutionner la routine de production en exploitant une invention ou, plus généralement une possibilité technique inédite (...) des aptitudes sont nécessaires, qui n'existent que chez une faible fraction de la population et qui caractérisent à la fois le type et la fonction de l'entrepreneur* »⁵⁸.

Les aptitudes de l'entrepreneur se résument essentiellement à l'initiative et à la volonté. C'est en la transposant dans le domaine de l'économique que Schumpeter en fait dériver la notion d'entreprise et d'entrepreneur. L'entreprise est l'acte de réaliser ; l'entrepreneur, l'agent qui réalise des combinaisons nouvelles de facteurs de la production.

Pour Schumpeter, l'entrepreneur n'est pas l'inventeur d'une découverte. Il est celui qui introduit cette découverte dans l'entreprise, dans l'industrie, dans l'économie, soit le responsable de sa diffusion à proprement parler.

⁵⁸ SCHUMPETER. J-A, (1935), op. cit, p 41, p 42.

Selon lui, la société économique est dirigée par des décisions humaines, celles des entrepreneurs, et non pas par des idéologies ou des classes sociales abstraites. Ainsi, le changement découle de l'exercice réel d'une fonction et non de la fonction en tant que telle : c'est-à-dire que quelqu'un est « entrepreneur » lorsqu'il met en œuvre de nouvelles combinaisons ; il crée un contexte grâce auquel le cadre d'intervention du social s'élargit, se transforme. Seule cette action de dépassement correspond au rôle et à la fonction d'entrepreneur.

Schumpeter campe son analyse dans le milieu économique et voit un acteur transformateur en toute personne en mesure de mettre en place une nouvelle combinaison d'arrangements dans le cadre d'une entreprise, d'une organisation à finalité économique.

Dans cette perspective, la fonction de l'entrepreneur consiste à surmonter une série d'obstacles. Selon Schumpeter, l'innovation est une réponse créatrice à ces obstacles. Trois grandes catégories de résistance à l'innovation peuvent être identifiées.

Premièrement, l'entrepreneur innovateur agit dans un contexte d'incertitude, car compte tenu de l'information dont il dispose, il n'est pas assuré que son projet aboutira. Il peut avoir recours à des données rétrospectives, mais celles-ci apportent peu de certitude puisque personne ne les utilise dans la voie qu'il propose.

La deuxième catégorie d'obstacles paraît relativement évidente. Schumpeter l'énonçait ainsi en 1935 : « *Il est objectivement plus difficile de faire du nouveau que ce qui est accoutumé et éprouvé* ».

Enfin, la troisième catégorie est la plus importante à nos yeux. Il s'agit de la réaction du milieu social à l'égard de l'innovation, ou à toute personne qui veut faire du nouveau.

2.2. Esprit d'entreprise et la culture entrepreneuriale :

La culture sociétale récente tend à reconsidérer l'entreprise et l'entrepreneur catalyseur de croissance et à valoriser la culture entrepreneuriale⁵⁹. Cependant, la notion de culture entrepreneuriale reste floue et recouvre des réalités diverses dans la mesure où elle vise pour la majorité des auteurs à dynamiser l'esprit d'entreprise (OCDE, 1998)⁶⁰.

⁵⁹ LEGER-JARNIOU, C : « Développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes : Théorie(s) et pratique(s) » ; Revue française de gestion N° 185/2008, Paris, 2008, p 162.

⁶⁰ OCDE : « Stimuler l'esprit d'entreprise », Paris, 1998, p 25.

En citant Johannisson (1984), Léger-Jarniou définit la culture entrepreneuriale comme suit « ... est une culture qui valorise les caractéristiques personnelles associées à l'entrepreneurship soit l'individualisme, la marginalité, le besoin de réalisation personnelle, la prise de risques, la confiance en soi et les habiletés sociales ; qui valorise également le succès personnel tout en pardonnant l'échec ; qui encourage la diversité et non l'uniformité et qui encourage le changement et non la stabilité »⁶¹.

La culture entrepreneuriale, appartenant au monde de la culture, Fortin (2002)⁶² la définit à partir de son application. En effet, elle s'applique à :

- La création et la gestion d'une entreprise;
- l'approche dynamique et innovatrice d'un employé pour faire progresser une entreprise;
- la recherche active et dynamique d'un emploi par une personne sans emploi;
- la pédagogie stimulante de l'enseignant auprès des jeunes en formation;
- l'intervention sociale positive et innovante.

Ce sont là des valeurs identifiées, mais difficiles à mesurer. Elles permettent de mieux profiter des occasions d'affaires à travers l'initiative individuelle et collective, la persévérance et la détermination, l'équilibre entre la sécurité et le risque, et l'harmonie entre stabilité et changement.

Il s'avère que la fonction sociale de la culture est d'offrir une identité collective spécifique à une pluralité de personnes, se reconnaissant comme telle et se distinguant des membres d'autres cultures. Cependant, si la culture sert de moule, il convient de retenir que ce moule est flexible, car il permet des ajustements individuels, des adaptations, des options entre des valeurs dominantes et des valeurs variantes. Le système culturel est l'appareil qui inspire toute l'action sociale ; il se compose des valeurs, des connaissances et des idéologies, des buts, des projets, des intentions ; il active et guide les motivations des acteurs sociaux, individuels ou de groupes, les incitant à orienter leurs actions dans un sens déterminé, évitant du coup d'autres options.

⁶¹ LEGER-JARNIOU. C, (2008), op. cit, p 164.

⁶² FORTIN. P, A : « La culture entrepreneuriale, un antidote à la pauvreté », Éditions Transcontinental, Montréal, 2002, p 26, p 27.

2.3. L'esprit d'entreprise : particularisme ou pas ?

Dans toute société, l'inégalité naturelle entre les hommes se traduit par les différences à suivre le même rythme de progression de savoir et de productivité.

L'esprit d'entreprise représenterait l'aptitude innée dont certains seraient dotés pour créer des richesses et développer autour d'eux un bien-être social sans lequel nos sociétés fondées sur la connaissance s'écrouleraient.

En analysant la variété des talents qui fondent la complémentarité des hommes mais aussi leurs différences, on peut tenter de relever les principaux traits de caractères et de situation qui singulariseraient l'entrepreneur du non entrepreneur.

2.3.1. Les aspects personnels et culturels :

L'individu au sein de la société a l'occasion de jouer un rôle différent plus ou moins affirmé en fonction d'une large palette d'aptitudes et de préférences :

- S'exprimer dans la collectivité ou s'épanouir individuellement ;
- Savoir faire et expérience ;
- Compétences pluridisciplinaires ou spécialisation ;
- Personnalité (énergie, caractère, charisme) ou attitude de dépendance ;
- Goût de l'organisation et des procédures (architecture d'un projet) ou préférence pour l'exécution de l'œuvre ;

Les quelques caractéristiques contrastées que nous venons de citer permettraient d'affirmer que l'esprit d'entreprise traduit une priorité des valeurs individuelles et de la personnalité sur celle du savoir.

2.3.2. Les aspects relationnels et environnementaux :

L'esprit d'entreprise doit affronter le parcours initiatique de l'environnement à deux niveaux :

- a- Celui de la société institutionnelle (banques, administration, région d'implantation).
- b- Celui de sa propre organisation intrinsèque (relation avec les partenaires internes-actionnaires-et externes-fournisseurs-clientèle,...).

Il est vrai que dans la réalité, aucun entrepreneur ne devrait prendre ses décisions à l'instinct, mais après avoir réussi son examen de passage devant tous ceux qui ont jugé de sa

faisabilité personnelle et celle de son projet. En l'occurrence, la maîtrise de l'environnement devrait plutôt relever de l'aptitude à négociation qu'on peut considérer comme l'une des caractéristiques les plus répondues chez les hommes.

Néanmoins, l'esprit d'entreprise n'est pas suffisant à lui seul pour créer une entreprise. Certains pays et même certaines institutions peuvent être de recels obstacles à l'esprit d'entreprise, mais un vrai entrepreneur doit également ne pas surestimer ses moyens, ni sous estimer les empêchements rencontrés et savoir renoncer à une cause perdue.

2.3.3. Les aspects conceptuels et opérationnels :

L'esprit d'entreprise s'exprime et trouve lui-même sa confirmation ou sa sanction aux deux phrases :

- a- De la conception du projet (phase 1) ;
- b- De la réalisation et de l'exploitation de celui-ci (phase 2) ;

A l'exception des micro-projets ou des petits projets, les moyennes entreprises exigent de plus en plus souvent de compétences pluridisciplinaires pour affronter à chances égales la concurrence.

L'un des paradoxes des projets mal connus des non-spécialistes tient au fait que l'homme de base à l'initiative du projet ne peut toujours se réclamer à lui seul de toutes les composantes du succès (savoir faire, gestion, ressources financières) et qui doit recourir à des institutions d'aides pour dépasser ces obstacles.

Section 3 : La création d'entreprise :

3.1. La création d'entreprise : définitions et intérêt

Comme le souligne Julien et Marchesnay (1996) : « *la conséquence logique est que l'esprit d'entreprise suscite la création d'entreprise* »⁶³. Ainsi, le résultat ultime de l'esprit d'entreprise est la création d'entreprise. Plusieurs auteurs affirment que la notion de création est la caractéristique fondamentale de l'entrepreneuriat et des recherches qui lui sont consacrées.

⁶³ JULIEN. P-A et MARCHESNAY. M, (1996), op. cit, p 23.

Outre, l'entrepreneur est ici placé au cœur des activités économiques, est celui qui crée une entreprise grâce à l'apport de capitaux et à l'innovation, laquelle est considérée comme le moteur de l'entrepreneuriat. En d'autres termes, créer une entreprise est la manifestation la plus claire de l'entrepreneuriat et très souvent sont vu de façon synonymique, mais toute création d'entreprise n'est pas forcément un acte entrepreneurial « pur » comme le souligne Bruyat (1993).

Dans cet ordre d'idées, l'entrepreneuriat apparaît comme un ensemble de comportements visant la création d'une nouvelle entreprise. En outre, l'entrepreneuriat prospère dans un milieu favorable. Le potentiel entrepreneurial ne peut s'exprimer que lorsque les circonstances de l'environnement s'y prêtent. Il requiert une culture entrepreneuriale perceptible dans l'enseignement scolaire et dans des modèles issus de l'environnement familial ou du voisinage. Sa manifestation présuppose aussi une culture locale, des valeurs religieuses, une organisation sociale, un régime politique et un contexte légal et réglementaire appropriés. A ces variables environnementales, il faut ajouter les objectifs ou motivations de l'entrepreneur. On peut alors citer, entre autres, l'ambition, l'insatisfaction au travail, les charges de la famille, le manque d'intégration. C'est ce que Julien (2000)⁶⁴ appelle des « déclencheurs » individuels, familiaux, sociaux ou organisationnels.

Il a été reconnu le caractère multidimensionnel de la création d'une nouvelle entreprise. À côté des facteurs socioculturels, il faut citer les facteurs politiques et économiques.

Fondamentalement, la création d'une nouvelle entreprise représente une décision prise par un ou plusieurs entrepreneurs. Julien (2000), de son côté, identifie trois conditions susceptibles de mener à la création d'entreprise : l'entrepreneur doit y croire ; le milieu doit l'appuyer et le soutenir financièrement ; et l'environnement doit lui apporter une aide matérielle et immatérielle. Généralement, les influences qui s'exercent sur cette décision se retrouvent à trois niveaux :

⁶⁴ JULIEN. P-A, (2000), op.cit

3.2. Influences de la décision de la création d'entreprise :

3.2.1. Le niveau de désirabilité : il s'agit de mieux cerner les facteurs du milieu immédiat qui en influencent l'attrait ou, encore mieux, la désirabilité. Les facteurs économiques, sociaux-culturels et politiques affectent directement la désirabilité perçue d'un comportement donné ou d'une action. Pour Shapero (1982)⁶⁵, ces variables constituent une condition essentielle de la création de l'entreprise : *« pour mettre en place une entreprise qui est nouvelle, différente et novatrice, vous devez être capable de vous imaginer dans le rôle. C'est-à-dire que l'acte doit être crédible »*. Ainsi, la présence d'image d'imitation et d'une culture entrepreneuriale développée va favoriser le passage à l'acte. Elle dépend de dimensions socioculturelles qui interviennent à différents niveaux :

a. La famille : l'influence de la famille est déterminante. De nombreuses études ont démontré la surreprésentation des entrepreneurs ayant déjà un parent lui-même entrepreneur, comparativement à la population en général. Cela constitue un facteur réellement discriminant de l'entrepreneuriat dans une population étudiée.

b. L'entreprise : certaines entreprises développent plus que d'autres une mentalité entrepreneuriale (intrapreneuriat). Elles encouragent l'initiative individuelle et la créativité à leurs propres personnels. Des entreprises vont même plus loin incitant leur personnel à créer leur propre unité (essaimage).

c. Le milieu professionnel : il est justifiable que certains environnements sont plus propices à la création d'entreprises que d'autres. On constate qu'aujourd'hui certains milieux professionnels sont plus propices à la constitution des réseaux qui facilitent la création d'entreprise.

Ainsi, pour Arocena. J : *« la réussite de création d'entreprise est une affaire de réseaux. Beaucoup plus que tout autre considérations, la capacité du créateur à se situer dans l'environnement institutionnel sera la condition fondamentale de la réussite »*⁶⁶.

d. Le milieu social au sens large : il peut être plus au moins favorable à l'esprit d'entreprise. Plusieurs recherches ont étudié la relation qui existe entre la culture régionale, la religion, les facteurs sociologiques d'une manière générale et la création d'entreprise.

⁶⁵ SHAPERO (1982), cité par GASSE. Y : « les conditions environnementales de la création d'entreprise dans les économies émergentes », édition l'Harmattan, Paris, 2007, p 47.

⁶⁶ AROCENA. J (1984), cité par HERNANDEZ, E.M : « Entrepreneuriat : Approche théorique », Edition l'Harmattan, Paris, 2000, p 69.

Ces contestations indiquent que certains individus ont plus de probabilités de créer des entreprises que d'autres. Toutefois, certains antécédents et certaines caractéristiques semblent mieux préparer l'individu à prendre une décision orientée vers l'entrepreneuriat lorsque l'occasion se présente. La décision peut prendre aussi d'autres facteurs que nous allons voir.

3.2.2. Le niveau de faisabilité : (variable économiques) : plusieurs facteurs externes, souvent indépendants de l'individu, influencent l'entrepreneuriat. Il est clair qu'il existe entre ces facteurs une interaction qui crée des climats plus au moins favorables à la création d'entreprises. Gasse (2007) définit la faisabilité comme : *« la faisabilité devient une fonction d'une série de perceptions positives par rapport à la présence et à l'accessibilité de moyens et de ressources pertinents à la création d'entreprise »*⁶⁷. Mais, dans le cas des pays en transition comme l'Algérie, la question qui se pose est de savoir si la présence de conditions environnementales favorables est suffisante pour un entrepreneuriat dynamique.

Pour créer son entreprise l'entrepreneur doit accéder à des ressources et parmi ces ressources l'accent est mis sur les ressources financières et dans cette perspective Belley (1990) indique : *« nous n'avons identifié aucune recherche qui ne confirme l'importance de la disponibilité du capital et qui ne mentionne la carence de capital de démarrage comme étant inhibitive de la création de nouvelles entreprise »*⁶⁸.

L'Etat joue également un rôle déterminant dans le processus de création d'entreprises par les moyens dont il dispose tel que : programmes et dispositifs d'aide à la création des entreprises.

En effet, comme le signale Boutillier. S et Uzunidis. D : *« l'action entrepreneuriale est indétachable de son environnement économique et technique et, bien sûr, de l'intervention de la puissance publique »*⁶⁹.

3.2.3. Le niveau de création : il est évident de signaler que la désirabilité et la faisabilité sont des conditions nécessaires mais insuffisantes pour la création des entreprises. Pour Gasse (2007)⁷⁰ pour passer à l'action, les entrepreneurs potentiels doivent réunir les moyens et les

⁶⁷ GASSE. Y, In PATUREL. R : « Dynamiques entrepreneuriales et développement économique » ; Edition l'Harmattan, Paris, 2007, p 51.

⁶⁸ BELL Y (1990), cité par HERNANDEZ, E.M : « Entrepreneuriat : Approche théorique », Edition l'Harmattan, Paris, 2000, p 69, p70.

⁶⁹ BOUTILLIER. S, UZUNIDIS. D : « La légende de l'entrepreneur : le capital social, ou comment vient l'esprit d'entreprise », Edition SYROS, Paris, 1999, p 10.

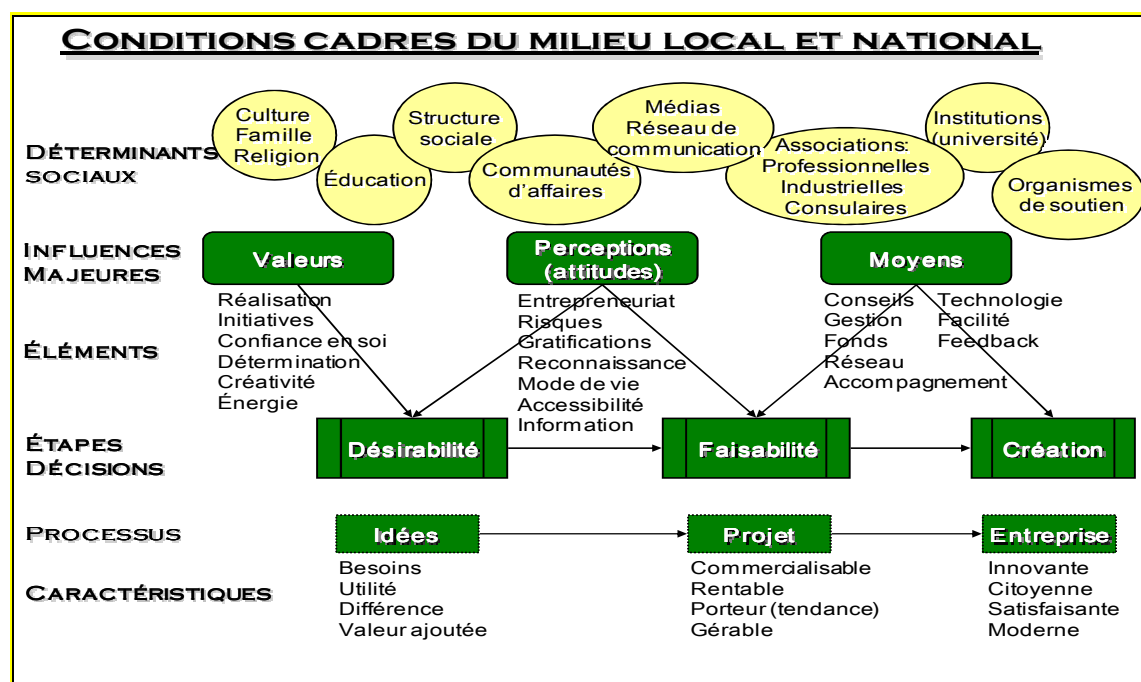
⁷⁰ GASSE. Y, (2007), op. cit, p 54.

ressources pertinents au bon moment et au bon endroit, il recense les éléments suivants qui peuvent avoir une influence déterminante sur la création d'une entreprise :

- a. L'organisation incubatrice :** lorsqu'un entrepreneur crée une nouvelle entreprise, il quitte en général une organisation. Ainsi, il apparaît évident que les caractéristiques de cette organisation influencent l'entrepreneuriat de différentes façons. Elle peut influencer sur l'emplacement par exemple.
- b. La nature des entreprises :** les organisations établies influencent également le type et la nature des entreprises nouvellement créées. C'est le cas en particulier des entreprises de haute technologie où les dernières connaissances dans le domaine technique et commercial sont essentielles à la réussite.
- c. Les facteurs déclencheurs :** l'organisation d'origine semble aussi influencer les motivations de l'entrepreneur. Plusieurs personnes ont créé des entreprises à la suite de difficultés internes ou de changements dans l'organisation d'origine.
- d. L'essaimage :** l'essaimage joue un rôle important dans la création d'entreprise. Qui est un choix délibéré d'un employeur d'appuyer par des mesures variables la création d'entreprises par ses employés.
- e. La disponibilité des financements :** les facteurs les plus mentionnés par les entrepreneurs quant au passage concret de l'intention à la création d'entreprise, est la disponibilité de fonds qui ressort souvent comme un élément prédominant. Il constitue un défi de taille dans les pays émergents.
- f. La présence d'un réseau d'aide :** plusieurs pays dans l'optique de donner un souffle à leurs économies ont mis en place des structures et des dispositifs d'encouragement à l'action entrepreneuriale. Très souvent ces institutions constituent des politiques publiques de développement de l'esprit d'entreprise soutenues par des fonds publics.

S'il n'existe pas de modèle universel du processus de la création d'entreprise, il est à noter que trois étapes de développement apparaissent déterminantes : l'éclosion d'une idée, l'élaboration d'un projet et la création de l'entreprise.

Figure n°2 : Modèle des influences principales sur la création d'entreprise.



Source : Gasse. Y : « les conditions environnementales de la création d'entreprises dans les économies émergentes », éd L'Harmattan, 2007, p 47.

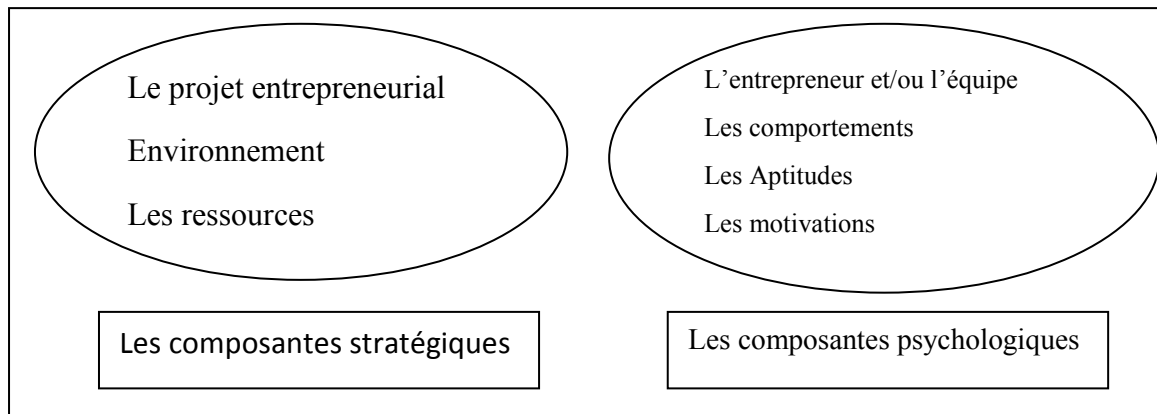
3.3. Les composantes de la démarche de création :

Aujourd'hui, plusieurs recherches en entrepreneuriat ont montré la multiplicité, la complexité et la dynamique des processus de création d'entreprises (Bruyat, 1993 et 2001 ; Fayolle, 2002 ; Gasse, 2004, etc.). Gasse (2004)⁷¹ constate que cette démarche combine deux catégories de composantes qui comprennent des éléments qui expliquent les différents types de démarches de création.

- a. **La composante stratégique :** est un ensemble formé par le projet d'entreprise, l'environnement et les ressources.
- b. **La composante psychologique :** est un ensemble de comportement, d'aptitudes et de motivations du ou des porteurs de projets.

⁷¹ Gasse. Y : « Les structures d'appui à la création d'entreprise : contribution en vue de l'évaluation de leurs performances » ; 4^{ème} congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat, 2004.

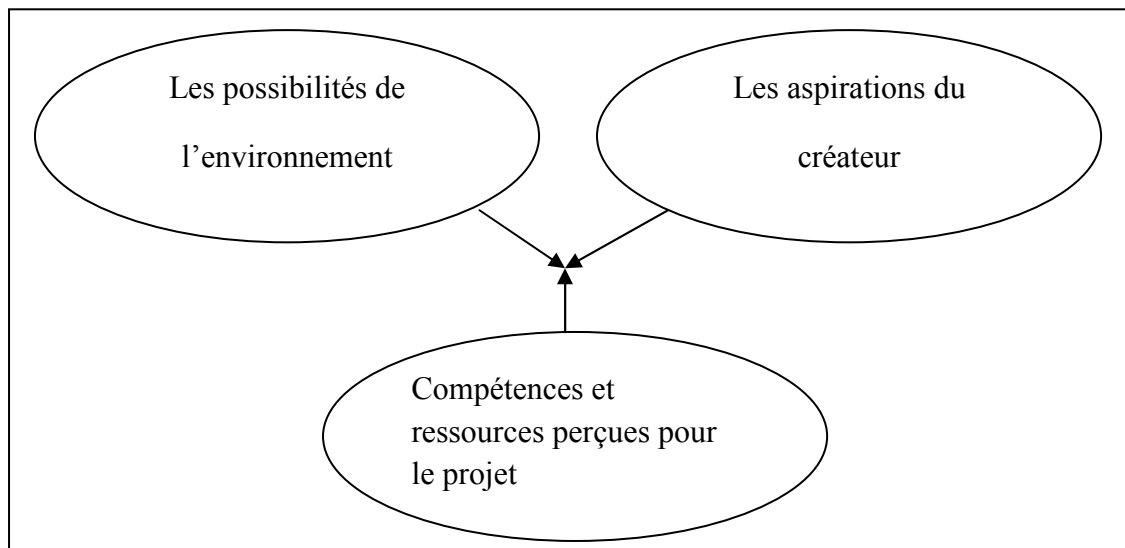
Figure n°3 : Les composantes de base du processus de création.



Source : Gasse.Y : « Les structures d'appui à la création d'entreprise : contribution en vue de l'évaluation de leurs performances » ; 4^{ème} congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat, 2004, p 6.

Cependant, le processus de création se déclenche dès lors que les différents éléments des deux composantes s'affrontent, se mettent en interaction, voir se combinent afin de prendre des décisions et engager des actions entrepreneuriales.

Figure n°4 : la confrontation des composantes de la démarche de création.



Source : Gasse. Y : « Les structures d'appui à la création d'entreprise : contribution en vue de l'évaluation de leurs performances » ; 4^{ème} congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat, 2004, p8.

3.4. Le processus de la création d'entreprise :

La mise sur pied d'une entreprise comporte plusieurs phases : la conception, le démarrage et les opérations. Le modèle du processus entrepreneurial, élaborée par Gasse (2002)⁷², met clairement en évidence les différentes phases et alternatives de la création d'entreprise. Au cours du processus entrepreneurial, l'entrepreneur, vivant parmi une population dans une société donnée, subit des influences des variables psychosociologiques et du milieu environnant. La dynamique psychosociologique correspond aux prédispositions : valeurs culturelles, attitudes, motivations, aptitudes et intérêts. Les facteurs externes sont constitués des milieux politique, institutionnel et économique, des modèles, infrastructures et ressources, ainsi que des antécédents familiaux, ethniques et professionnels. Celui qui, pour toutes sortes de raisons, manifeste le désir de créer une entreprise fait face à plusieurs possibilités : l'abandon du projet, le démarrage inactif et le démarrage actif. Dans ce dernier cas de figure, l'entreprise est effectivement opérationnelle. C'est alors que, selon l'évolution de la situation, d'autres voies s'ouvrent à la nouvelle unité : l'échec, la stabilité ou la croissance.

Il est admis, qu'aujourd'hui la création d'entreprise est un terme générique se présentant sous deux principales formes : la création et la reprise (l'achat d'entreprise et l'acquisition par succession). Elle est l'expression des valeurs culturelles, de l'esprit d'entreprise, des attitudes et des comportements et gestes des entrepreneurs au sein de la société. Par rapport à l'achat et à l'acquisition par succession, la création est considérée par les auteurs comme la forme par excellence de la naissance de nouvelles entreprises. L'entrepreneur part de presque rien, il monte son projet d'entreprise, le réalise dans les conditions spécifiques de son environnement socioculturel, sociopolitique et socio-économique. Il apparaît comme le prototype même de l'entrepreneur créateur.

Il convient cependant de préciser, que même si la création d'entreprise est acceptable et désirable par la société, sa réalisation concrète suppose sa faisabilité. En effet, des obstacles de tous ordres, tels que la réglementation ou le coût du capital, peuvent freiner ou annihiler toute tentative de création d'entreprise.

⁷² GASSE. Y : « Les entrepreneurs naissants et la poursuite de leur projet d'entreprise : une étude longitudinale », 6^{ème} Congrès international francophone sur la PME -HEC – Montréal, octobre 2002.

La formation, l'accompagnement, ainsi que les valeurs et attitudes de l'entrepreneur potentiel induisent des comportements, incitant l'entrepreneur à passer à l'acte par la traduction de ses intentions en actions entrepreneuriales.

Pour mettre les chances de son côté, l'Agence pour la création d'entreprise (APCE)⁷³ recommande de procéder avec minutie et de parcourir toutes les étapes chronologiques, de la naissance de l'idée de création de l'entreprise au démarrage effectif de l'activité, en passant par le financement et les aides. Se présentant sous la forme d'une intuition ou d'un désir profond, l'idée de création s'origine dans l'observation de la vie quotidienne, de la vie économique et de la vie professionnelle, le savoir-faire acquis au fil du temps, l'idée expérimentée par d'autres et une bonne occasion d'affaires. Ainsi, plusieurs voies d'accès mènent à la création d'entreprise.

Il peut arriver que le projet ne soit pas réaliste ou qu'il nécessite, pour sa mise en œuvre, la formation de l'initiateur ou la présence de partenaires. Une fois le projet bien ficelé, il faut faire face au problème de financement correct des activités, une des conditions de sa réussite. Aussi une insuffisance de l'apport personnel, constaté dans la plupart des cas, engage le porteur de projet ou son équipe à trouver les capitaux manquants. A ce stade, le recours aux outils et à des organismes de financement disponibles s'avère incontournable. Les dispositifs d'aide à la création d'entreprise existent au niveau de l'État, des ONG, des associations socioprofessionnelles ou des collectivités locales. Les aides distribuées sont, entre autres, des aides financières, des conseils, accompagnement, des allègements fiscaux, des exonérations de charges sociales.

Quand tout est au point, le projet passe dans sa phase d'exécution, le démarrage. Le produit ou le service est alors mis sur le marché. Il passe le test de l'acceptation par le marché existant et la clientèle potentielle. L'émergence de l'entreprise se traduit par la création d'une structure, avec ou sans perspective de croissance exponentielle, mais qui tient compte des ressources mises en œuvre et des raisons spécifiques à chaque porteur de projet de création d'entreprise.

⁷³ Agence Pour la Création d'Entreprise (APCE), site ;
http://www.apce.com/index.php?rubrique_id=11¶m=1&type_page=I&type_projet=1

Si l'entreprise crée la richesse et l'emploi, l'entrepreneur crée l'entreprise (Julien et Marchesnay, 1996). Cela est devenu une évidence. L'entrepreneur, fruit de son milieu, se trouve donc au cœur du processus entrepreneurial.

De tout ce qui précède, il ressort que la création d'entreprise est tributaire d'une multitude d'influences. En dépit du dénominateur commun existant entre tous les processus de création, il y a lieu de considérer des aspects spécifiques à chaque culture et qui déteignent sur l'entreprise et l'entrepreneur.

3.5. L'esprit d'entreprise et la création d'entreprise :

Il existe un cadre dans lequel l'acceptation et l'encouragement de l'enrichissement personnel constituent un objectif noble poursuivi par les membres de la communauté.

Quelle considération est accordée à ceux qui font preuve d'appétit aiguisé pour la richesse? Au contraire, comment voit-on ceux qui vivent dans la pauvreté matérielle? Quelle perception a-t-on de celui qui a essuyé un échec? En effet, l'expérience est là pour montrer que ce ne sont pas tous les projets d'entreprise qui réussissent.

Ce sont autant d'indices susceptibles de révéler la place et le rôle de l'entrepreneuriat dans la hiérarchie des valeurs de la société.

Cela se traduit par l'esprit d'entreprise et se manifeste à travers les comportements d'affaires, de création d'entreprise et des rapports à l'argent, au travail, au changement, à la concurrence, au profit, au risque et à l'incertitude, mais aussi au destin (Gasse et d'Amours, 2000)⁷⁴.

L'esprit d'entreprise et le besoin de réussite sont considérés comme la substantifique moelle de la mentalité entrepreneuriale. À la source de cet esprit se trouve le besoin de réussite, qui n'est pas la chose la mieux partagée au monde. En fait, la réussite personnelle varie souvent d'une génération à l'autre, d'une société à l'autre, d'une époque à l'autre. Sans être un phénomène héréditaire, la motivation s'explique par les conditions du milieu social.

Il est bien clair que le processus de création d'entreprise part de l'identification des besoins, de la détermination des objectifs, de l'analyse des moyens, de l'influence des stimuli provenant de l'environnement et de leur perception, de l'esprit d'entreprise ainsi que de la ferme volonté de réussir. Cependant, un hiatus peut survenir et compromettre conséquemment la réalisation du projet de création. Ce processus peut être affecté ou compromis par la coexistence d'autres besoins ou la pression du milieu politique, économique ou socioculturel.

⁷⁴ GASSE. Y et D'AMOURS. A, (2000), op. cit

Il s'avère donc que les comportements qui consistent à créer une entreprise s'expliquent par l'analyse des forces qui les régissent. Or, le moteur de toute action est la motivation, celle qui pousse la personne à atteindre les objectifs qu'elle s'est fixée. L'origine des motivations est à la fois interne et externe. De là toute l'importance de la dialectique de la conscience individuelle et de la conscience collective, de l'égoïsme et de l'altruisme.

Par une rétroaction, les actions une fois accomplies réagissent sur les valeurs dont elles sont le produit, ainsi que les perceptions de l'environnement. Le sentiment d'avoir agi en conformité avec ses valeurs confirme, s'il en est besoin, de leur pertinence. L'acteur ou l'agent est satisfait du travail accompli; il a une autre vision de lui-même, et de ce fait, il a de l'entregent. Il y a une cohérence entre les valeurs admises et les valeurs vécues. Également, il se révèle à son entourage; il répond à l'attente de son milieu proche parce que ses valeurs sont généralement acceptées et partagées par sa communauté.

A ce niveau de la démarche et au terme de cette revue de l'appareillage théorique, il y a lieu de s'intéresser à la méthodologie et aux dimensions et indicateurs des principaux concepts de l'entrepreneuriat sous l'angle politico-institutionnel de la création d'entreprise et dans le cadre de l'accompagnement et l'appui des jeunes entrepreneurs.

Conclusion :

En guise de conclusion pour ce chapitre, il faut rappeler que l'esprit d'entreprise s'inscrit dans un processus plus large qui est celui de l'entrepreneuriat et que ce processus prend du temps avant d'apporter des résultats. Il nécessite de se focaliser, dans un premier temps, sur des formations qui visent à susciter la créativité, l'innovation, l'expérimentation et la prise de risque et ce dès le plus jeune âge de la population la plus large possible. La création d'entreprise viendra ensuite et elle sera une conséquence « naturelle » de ce développement créatif, notamment dans un pays où la culture n'est pas très entrepreneuriale. Pour avancer et se réaliser, les jeunes sont très sensibles à l'aspect ludique des choses.

Il faut retenir aussi qu'il est maintenant reconnu que la promotion de l'entrepreneuriat chez les jeunes entrepreneurs est motivée par de nombreuses bonnes raisons. L'entrepreneuriat intervient comme une solution étendue qui peut guérir tous les maux de la société, elle présente plusieurs avantages possibles qui permettent d'alimenter les motivations d'un jeune pour devenir entrepreneur. Un avantage évident et probablement important est la création d'un emploi pour le jeune et de rompre avec le chômage comme contrainte dégradante. Les difficultés dans le secteur de l'emploi auxquelles sont confrontées les jeunes ont des conséquences négatives non seulement pour les jeunes en cause, mais pour l'ensemble de la société.

Chapitre 02 :

Valoriser l'esprit d'entreprise : le rôle des politiques publiques

Introduction :

Ces dernières années, la littérature consacrée à l'esprit d'entreprise, l'entrepreneuriat et la création d'entreprise, s'est fortement développée et institutionnalisée. Plusieurs travaux mettent l'accent sur l'accompagnement, l'appui et le soutien à l'entrepreneuriat par des réseaux d'aide à la création d'entreprise (Albert, Fayolle, Marion, 1994 ; Sammut, 2000) se sont multipliés privés soient-ils ou publics. Sammut (1995) a mis l'accent sur cet intérêt et la montée en puissance des aides publiques pour les entrepreneurs, elle indique : « *le discours sur l'appui et les aides à la création d'entreprise se sont multipliés dans les années 80, redonnant à l'entrepreneur ses lettres de noblesse et faisant de l'acte d'entreprendre un enjeu politique et économique majeur* »⁷⁵.

Plusieurs programmes ont été expérimentés dans l'espoir de développer une culture entrepreneuriale, réduire le chômage et favoriser la création d'entreprise par les particuliers, ainsi les pouvoirs publics se sont attaqués à différents aspects du problème par des dispositifs divers. Le type de dispositif le plus utilisé consiste en la création et développement d'entreprise. Stimuler l'esprit d'entreprise est d'ailleurs constituée l'une des principales mesures utilisées pour accélérer le développement économique et l'insertion des individus. Pour l'OCDE, l'Etat doit intervenir dans l'économie pour stimuler la création d'entreprise, cette vision sera également défendue par Boutillier. S et Uzunidis. D : « *...L'Etat doit encadrer, organiser et développer l'esprit d'entreprise* »⁷⁶. À partir de là stimuler l'esprit d'entreprise revient à mobiliser l'énergie entrepreneuriale pour en faire un processus dynamique utilisant toutes les opportunités qu'offre l'économie. Cependant, tous les Etats des pays développés ou bien en voie de développement ont mis en place des politiques d'appui à la création d'entreprises avec des dispositifs et des instruments qui permettent aux entrepreneurs potentiels d'accéder plus facilement à certaines ressources dont ils ont besoin.

Cette volonté de développement des systèmes d'appui apparaît davantage encore au regard de l'orientation récente des politiques ou programmes gouvernementaux des pays en transition. En effet, en Algérie au cours de ces deux décennies, plusieurs facteurs tels que la conjoncture économique et l'accroissement du chômage surtout celui des jeunes ont poussé les pouvoirs publics et les acteurs économiques à intervenir en faveur de la création

⁷⁵ SAMMUT. S : « contribution à la compréhension du processus de démarrage de petite entreprise » ; Thèse de Doctorat en sciences de gestion ; Université Montpellier 1, 1995, p 2.

⁷⁶ BOUTILLIER. S et UZUNIDIS. D : « la légende de l'entrepreneur ou comment vient l'esprit d'entreprise » ; éditions Syros, Paris, 1999, p 142.

d'entreprise et dans l'accompagnement des différentes catégories de porteurs de projet de création. Ainsi, en quinze ans l'action publique en matière d'entrepreneuriat et l'encouragement à la création d'entreprise s'est beaucoup transformée. Toutefois, l'appui et le soutien à la création d'entreprise s'est développé et s'est diversifié pour répondre aux différents besoins des entrepreneurs potentiels, de l'amont à l'aval de l'acte entrepreneurial.

Section 1 : La nécessité d'encourager l'esprit d'entreprise :

Plusieurs motifs poussent les pouvoirs publics à encourager l'esprit d'entreprise. Tout en apparaissant comme un moyen de lutter contre le chômage et la pauvreté, la promotion de l'entrepreneuriat présente aussi d'autres avantages et enjeux, en concourant notamment à intensifier la concurrence sur un marché donné, à stimuler la quête de nouvelles ouvertures économiques, et à suivre les mutations rapides qu'entraîne la mondialisation de l'économie. Sans compter qu'il est manifestement attrayant de compter sur l'initiative privée pour alimenter la création d'emplois dans un environnement où la maîtrise des dépenses publiques est à l'ordre du jour et où de nombreux gouvernants cherchent des moyens de remédier au problème du chômage par le biais de l'offre. Encourager l'esprit d'entreprise apparaît donc comme une composante de l'équation qui permettra de concilier réussite économique et cohésion sociale (OCDE, 1998).

1.1. importance et enjeux socio-économiques de l'esprit d'entreprise :

L'esprit d'entreprise représente maintenant l'un des objectifs majeurs des politiques mises en œuvre par les pouvoirs publics. Mais quelle est réellement les intérêts et enjeux de l'esprit d'entreprise ?

1.1.1. L'esprit d'entreprise contribue à la création d'emplois et à la croissance :

Ces dernières années, de nombreuses études se sont penchées sur les impacts économiques réels de l'entrepreneuriat, de la création d'entreprise et de l'esprit d'entreprise en matière de création de richesse et d'emploi.

Les petites entreprises nouvellement créées, et non les grandes entreprises, sont de plus en plus celles qui créent les nouveaux emplois. Les pays affichant les taux de croissance les plus élevés dans ce secteur ont pu enregistrer les plus fortes baisses subséquentes de leur taux de chômage.

Dans les années 90, les entreprises à forte croissance ont sensiblement contribué à la création d'emplois. Des recherches indiquent que l'esprit d'entreprise contribue positivement à la croissance économique, même si la croissance du PIB est influencée par de nombreux autres facteurs.

L'esprit d'entreprise peut également contribuer à promouvoir la cohésion économique et sociale des régions en retard de développement, à stimuler l'activité économique et la création d'emplois ou à intégrer les chômeurs et les personnes défavorisées dans le monde du travail.

1.1.2. L'esprit d'entreprise est un élément essentiel de la compétitivité :

De nouvelles initiatives entrepreneuriales - démarrer une nouvelle entreprise ou relancer une entreprise existante (par exemple, après un changement de propriétaire) - stimulent la productivité. Elles augmentent la concurrence dans la mesure où elles forcent d'autres entreprises à réagir par une meilleure performance et l'innovation. L'augmentation du niveau de performance et d'innovation des entreprises, que ce soit au niveau de l'organisation, des processus, des produits, des services ou des marchés, renforce la compétitivité de l'économie dans son ensemble. Ce processus profite aux consommateurs qui bénéficient d'un choix diversifié et de prix réduits.

1.1.3. L'esprit d'entreprise, vecteur de l'épanouissement personnel :

Le travail n'est pas seulement une source de revenu. Chaque personne choisit sa carrière en fonction de critères propres: sécurité, indépendance, variété et intérêt. De plus hauts niveaux de revenu peuvent inciter les personnes à poursuivre des ambitions supérieures, telles que l'épanouissement et l'indépendance, par le biais de l'entreprise. Des enquêtes auprès des ménages ont révélé qu'outre les motivations matérielles (argent et statut), le choix de l'entreprise peut être fondé sur l'épanouissement personnel (liberté, indépendance et défi). Pour certaines personnes, qui ne parviennent pas à trouver un travail "normal" à la hauteur de leurs ambitions, le choix de l'entreprise peut être dicté en tout ou en partie par des nécessités économiques. Le statut d'entrepreneur peut leur ouvrir la perspective d'améliorer leur situation personnelle.

1.1.4. L'esprit d'entreprise et les valeurs sociales :

Les entrepreneurs sont les forces motrices de l'économie de marché et leurs réalisations procurent à la société richesse, emplois et choix diversifié pour le consommateur. En réponse aux attentes accrues du public en ce qui concerne l'impact de l'activité entrepreneuriale sur la société et l'environnement, de nombreuses grandes entreprises ont adopté des stratégies formelles de responsabilité sociale. Il s'agit notamment de l'intégration volontaire des préoccupations sociales et environnementales dans leurs activités et de leur interaction avec les parties prenantes, reconnaissant que le comportement responsable de l'entreprise peut contribuer à sa réussite. Un tel comportement peut inclure, par exemple, l'engagement de produire d'une manière respectueuse de l'environnement ("éco-efficacité") ou de respecter les préoccupations du consommateur et d'adopter une attitude conviviale à son

égard. Les PME font preuve d'un "esprit d'entreprise responsable" de manière plus informelle même si elles sont au centre de nombreuses activités profitant à la société.

L'esprit d'entreprise peut également jouer un rôle actif au niveau de la prestation efficace de services dans le domaine social, de la santé et de l'éducation. Les entreprises de l'économie sociale associent les parties prenantes à la gestion et à la prestation de ces services, en privilégiant l'innovation et l'orientation vers le client. Une telle approche permet de compléter les ressources publiques et d'étendre la gamme des services offerts aux consommateurs.

1.2. Émergence de l'esprit d'entreprise : le rôle de l'Etat

L'histoire économique de ces deux cents dernières années nous enseigne que l'entrepreneur certes existe, mais que seul il ne peut rien. L'initiative individuelle n'est rien sans l'Etat qui apporte à l'entrepreneur de la sécurité, des marchés et même des capitaux dont il a besoin pour mener à terme ses projets⁷⁷.

L'OCDE (1998) a suggéré les facteurs qui peuvent être l'origine de l'émergence de l'esprit d'entreprise. En effet, pour cette organisation dans cette logique l'action de l'Etat à travers des politiques d'encouragement reste un des facteurs les plus importants. L'esprit d'entreprise résulte ainsi de l'interaction de trois composantes : des conditions cadres propices, des programmes gouvernementaux bien conçus et une attitude culturelle positive.

1.2.1. Les conditions cadres propices :

La mise en place de bonnes conditions cadres (le dispositif institutionnel dans lequel s'exerce l'activité économique) doit être le point de départ de l'action des pouvoirs publics : développer une activité économique si les marchés fonctionnent mal n'a guère de sens et peut engendrer un grand gaspillage.

1.2.2. Des programmes gouvernementaux bien conçus :

Des programmes gouvernementaux bien conçus et bien ciblés peuvent également compléter l'environnement général, notamment dans les domaines où les conditions cadres n'exercent pas une influence directe. Ils sont à même, par exemple, de favoriser la coopération et d'en maximiser les retombées bénéfiques, d'accroître les flux d'informations

⁷⁷ BOUTILLIER, S et UZUNIDIS, D, (1999), op. cit, p 10.

pour le financement de l'activité entrepreneuriale et de permettre une plus grande souplesse de réaction aux facteurs locaux influençant l'activité d'entreprise.

1.2.3. Une attitude culturelle positive :

Une attitude culturelle positive conforte elle aussi les conditions cadres. A titre d'exemple, un environnement dans lequel l'esprit d'entreprise est tenu en haute estime et où on ne stigmatise pas l'échec consécutif à une prise de risque raisonnable sera presque à coup sûr propice à l'entrepreneuriat. De fait, une action visant à améliorer les conditions cadres afin d'établir un lien plus étroit entre le risque et le rendement, ou entre l'effort individuel et sa rétribution, pourra être longue à donner des résultats si le contexte culturel ne favorise pas la prise de risque et la récompense individuelle.

Bien que les attitudes culturelles soient le fruit de processus complexes et encore mal compris, les praticiens et analystes spécialistes de l'entrepreneuriat s'accordent généralement à reconnaître l'influence des facteurs culturels sur les modes d'activité.

Il est bien de signaler que les attitudes culturelles contribuent à façonner le cadre institutionnel des pays. En fait, certaines caractéristiques du cadre institutionnel peuvent entraver l'esprit d'entreprise (ou le détourner vers des activités moins bénéfiques pour l'économie, comme la recherche d'une rente ou même un comportement illicite). L'amélioration du cadre institutionnel est fondamentale lorsqu'on veut stimuler l'esprit d'entreprise. De son côté, le cadre institutionnel, qui est évidemment sensible aux politiques, influera très probablement sur les normes culturelles, en particulier à long terme. La transition vers l'économie de marché dans les pays anciens socialistes illustre parfaitement le rôle essentiel des interrelations entre les conditions cadres et les facteurs culturels. La mise en place de réglementations fondamentales pour l'économie de marché a permis de libérer l'activité entrepreneuriale et s'est traduite par une forte augmentation des immatriculations de sociétés privées, même dans des pays où l'entrepreneuriat était resté absent de la scène économique depuis des décennies.

Malheureusement, dans certains cas, l'absence de certaines conditions cadres essentielles, notamment d'un secteur bancaire efficace ou d'une législation complète en matière de faillites, entrave le développement des entreprises. De plus, l'ampleur du secteur informel dans ces économies laisse penser que la corruption et une lourde fiscalité handicapent les entrepreneurs et les dissuadent de participer à l'économie formelle.

1.3. Les conditions environnementales d'émergence de l'esprit d'entreprise :

Dans le contexte des pays en transition, tel que l'Algérie, le concept de « conditions environnementales » est souvent lié à la création d'une législation et d'une réglementation permettant l'activité privée, à l'établissement des droits de propriété, à l'existence d'institutions fonctionnant dans une optique de marché, d'un système bancaire, de la concurrence, d'un droit commercial et d'une éthique des affaires. Concernant les entrepreneurs, il inclurait des procédures simples et peu coûteuses d'octroi de licences et d'enregistrement, une fiscalité non prohibitive et transparente mais aussi une législation et une réglementation stable et appliquées⁷⁸.

1.3.1. Stabilité économique :

La stabilité économique d'un pays constitue le facteur le plus déterminant dans la décision de l'entrepreneur. Il est évident que presque impossible de s'engager dans l'activité entrepreneuriale de façon satisfaisante dans un contexte d'inflation galopante, de taux d'intérêt imprévisible et d'instabilité constante des taux de change.

L'incertitude et l'ambiguïté deviennent intolérables pour les affaires dans un contexte d'instabilité macro-économique. En fait, l'instabilité monétaire dans plusieurs pays en transition comme l'Algérie a créé un environnement difficile pour émerger un esprit d'entreprise.

1.3.2. La fiscalité :

Dans tous les pays post-socialistes comme l'Algérie qui ont mis en place de nouvelles législations fiscales et ayant créé des administrations fiscales, il semble que l'évasion fiscale et l'inefficience du système de collecte des impôts créent des distorsions qui ont pour effet de pénaliser les entreprises qui déclarent leurs revenus. Ainsi, les entrepreneurs de la plupart des pays en transition voient dans la pression fiscale sur les entreprises l'une des principales entraves à leur réussite.

Toutefois, la pression fiscale sur les petites entreprises résulte de plusieurs autres causes qui s'ajoutent à la fiscalité elle-même, on cite par exemple la complexité des systèmes d'imposition et leurs changements fréquents et la corruption des autorités locales et régionales. Une fiscalité plus juste et équitable permettrait peut-être de réduire le nombre d'entrepreneurs informels, et encouragerait ceux-ci à entrer dans le système.

⁷⁸ OCDE, (1998), op. cit, p 290.

1.3.3. Les conditions à l'entrée :

Il est clair que pour enregistrer des entreprises nouvelles, les procédures sont longues et bureaucratiques dans les pays en phase de transition vers l'économie de marché. Ils sont parmi les cinq principaux problèmes de la création des entreprises.

1.3.4. L'application de la législation :

Actuellement, dans la plupart des pays en transition une législation favorisant la constitution du secteur privé, à commencer par les lois sur la privatisation, les faillites et la lutte contre les monopoles. Cependant, la faiblesse de l'application des réglementations constituerait un frein majeur à l'émergence de l'esprit d'entreprise et un élément dissuasif pour les investisseurs potentiels.

1.3.5. Les politiques et les programmes de soutien à l'entrepreneuriat :

Depuis de nombreuses années la plupart des pays industrialisés possèdent des politiques et des programmes d'aide à l'entrepreneuriat. Et maintenant on constate la même chose dans les pays en transition, conscients de la nécessité d'encourager le développement de l'esprit d'entreprise. Ainsi, on trouve des mesures d'aide financières directes comme les subventions, les prêts conventionnés et les systèmes de garantie de crédits accordés par l'Etat. De l'autre côté, les gouvernements ont entrepris d'encourager le développement des infrastructures des entreprises. La création d'agences et d'organismes régionaux et nationaux de développement ou d'autres intermédiaires qui, bien souvent, offrent aux entrepreneurs à la fois des conseils et des aides financières .

Cependant, différents facteurs peuvent se trouver à l'origine de l'esprit d'entreprise :

- La culture et l'ethnique, au sein de la société ou une partie de celle-ci, l'existence d'un système de valeur lié à l'initiative, à l'individualisme, à la volonté de se dépasser et d'accumuler.
- Au plan individuel, la volonté de se distinguer, d'être original, donc d'innover tout en ayant la capacité de mettre en œuvre des idées originales.
- La nécessité, dans le sens que les conditions du marché peuvent devenir des stimulants à l'esprit d'entreprise.
- Le cadre institutionnel, lui-même joue un rôle dans l'émergence de l'esprit d'entreprise, soit en stimulant directement par de divers avantages, et en procurant un

cadre favorable qui ne soit pas administrativement et fiscalement trop contraignant, qui soit équitable entre les intervenants, favorisant la confiance mutuelle plutôt que la méfiance entre administration et entreprise.

Par ailleurs, dans le contexte des pays en voie de développement en transition tels que l'Algérie, deux thèmes nous paraissent essentiels à mettre en relation avec l'esprit d'entreprise :

- L'esprit d'entreprise et la formation.
- L'esprit d'entreprise et l'informel.

1.4. Stimulation direct de l'esprit d'entreprise :

Des études récentes ont démontré que les politiques publiques peuvent contribuer à stimuler l'esprit d'entreprise.

Dans plusieurs cas, la mode est à la stimulation directe du secteur privé : comment, se demande-t-on au sein de plusieurs agences d'aide, pouvons-nous avec nos ressources abondantes, créer un secteur privé dynamique ? Cette question lancinante doit être interprétée dans le contexte d'un sentiment de culpabilité implicite : nous avons dans le passé, se disent ces mêmes administrateurs, contribué à créer un Etat pléthorique qui a nui au progrès économique.

L'option d'un modèle de société de type libéral, fondé sur l'État de droit et dont le moteur de croissance est le secteur privé, engage l'État à jouer un rôle de premier ordre dans l'avènement d'une telle société. En effet, l'État est un agent économique dans la mesure où il est à la fois consommateur de biens et services, principal employeur et régulateur de l'activité économique. Son rôle traditionnel est de faire respecter la loi, d'assurer la sécurité, de défendre les libertés publiques et de réguler l'activité économique. Ses agents des services publics, leurs attitudes et leurs comportements sont comptables du niveau de développement du secteur privé.

Le rôle de l'État revient donc à améliorer l'environnement institutionnel, dynamiser les institutions du secteur privé, renforcer les institutions publiques de promotion, promouvoir la concertation État/secteur privé, se désengager de plus en plus de toutes les activités

économiques situées en dehors du domaine de la souveraineté nationale en cédant ses actions à des capitaux privés.

En effet, ces dernières années l'Etat prend acte de ses propres incapacités à dynamiser les structures économiques et découvre dans le potentiel d'initiatives, des atouts qui ne méritaient pas la suspicion qu'il avait à leur encontre. Les gouvernements procèdent à un renouvellement de leur analyse qui se fonde sur quatre constats :

1. L'Etat doit admettre qu'il s'est montré peu compétant dans les fonctions de producteur qu'il s'était arrogées. La lourdeur administrative, la confusion des objectifs, la direction en apanage ont fini par rendre non opérationnel le secteur public. L'Etat doit renoncer à ces monopoles après avoir vu la défaillance des grandes entreprises nationalisées. L'Etat doit remettre en cause ses procédures d'interventions.
2. L'Etat ne doit pas laisser le champ aux activités privées. Par exemple, le succès de la Corée du Sud doit à une action conjuguée de l'Etat et des entrepreneurs avec des dispositions réglementaires et fiscales ajustées pas à pas dans le but d'orienter, relancer ou émerger les initiatives entrepreneuriales. La concertation a mieux fait jouer, par les mécanismes de la complémentarité, les forces du développement que n'ont pas réussi ailleurs les oppositions sectaires.
3. Les pouvoirs publics découvrent qu'un grand nombre de citoyens doivent leur survie, non pas à leurs interventions mais aux propres initiatives des intéressés. Ils prennent conscience avec un certain ravissement que, si les structures qu'ils préconisent sont affectées d'une certaine sclérose, celles qu'ils n'ont ni organisées, ni même parfois souhaitées, constituent une réalité bénéfique.
Désormais, les gouvernements des pays du tiers monde lèvent des dispositions contraires à la liberté d'entreprise.
4. Enfin, les institutions internationales à l'exemple de la Banque Mondiale (B.M) et le Fond Monétaire International (F.M.I) se font l'écho de ces mutations. Lorsque les pays en difficultés économiques sollicitent de nouveaux prêts, ces organismes exigent une restructuration de l'économie plus favorable à la libéralisation des initiatives, en 1994 l'Algérie s'est lancée à travers des réformes économiques un plan d'ajustement structurel après avoir sollicité un prêt auprès du F.M.I.

Dés lors, le débat sur les mérites d'une économie publique et les avantages d'une économie de marché perd son acuité. La recherche des dispositions les plus aptes à valoriser l'esprit d'entreprise et à favoriser la création d'unités de production viables devient une priorité. L'Etat qui s'était voulu un simulateur des producteurs se glisse dans son rôle de stimulateur. Ces initiatives se regroupent en quatre thèmes majeurs :

1. Un programme législatif favorable à la création d'entreprise : disparition des entraves à la liberté d'entreprendre, aménagement d'initiations fiscales, suppression des monopoles publics, ouverture à l'initiative privée de nouveaux secteurs comme la santé par exemple.
2. Des facilités bancaires favorables aux investissements : accès facile des PME aux crédits institutionnels, taux d'intérêts bonifiés, création d'un service d'assurance spécifique,...etc.
3. Une suppression des entraves à l'entrepreneuriat : élimination des dispositions administratives dissuasives, réduction de certaines taxes, réduction des procédures favorisant la concurrence, accélération des formalités douanières,...etc.
4. Un soutien à l'activité entrepreneuriale : programme de formation technique, assistance comptable, aide à la gestion en période de croissance, structuration de la profession,...etc.

L'œuvre de régulation de l'Etat se transforme. Il ne s'agit plus de tout prévoir, de tout organiser, voire de devenir l'acteur principal. Il est question dorénavant d'orienter, de canaliser, de favoriser l'éclosion d'acteurs multiples. Plutôt que d'installer des industries, locomotives, on en vient à favoriser les entreprises qui poussent sur le terrain et bénéficient d'une forte intégration à l'économie locale.

Pour favoriser le développement de l'entrepreneuriat, les autorités doivent tout faire pour encourager et faciliter le travail de l'entrepreneur potentiel en éliminant les obstacles, tout en augmentant l'attrait lié à l'exploitation des occasions identifiées comme prometteuses.

Stevenson (2000)⁷⁹ va plus loin, en affirmant que l'esprit d'entreprise se développe le plus souvent dans les sociétés caractérisées par la mobilité des ressources, le réinvestissement des

⁷⁹ STEVENSON. H, H (2000), cité par KHALIF. M : « L'entrepreneur et développement économique : défis et contributions de l'entrepreneur dans le contexte des pays émergents », communication au 9^{ème} symposium international sur les pratiques entrepreneuriales en Algérie, MDI Business School Alger, Mai 2010.

profits générés dans d'autres projets méritants, la reconnaissance des réussites et des bons coups des autres, et la perception que le changement est une bonne chose.

Une politique efficace de développement de l'entrepreneuriat devrait donc (au moins) comporter une dimension individuelle, axée sur les besoins de l'entrepreneur en devenir, pour l'accompagner dans les étapes de la création, ou de la croissance de l'entreprise.

1.5. Développement d'un milieu entrepreneurial :

Gasse (2010)⁸⁰ insiste sur le fait que l'entrepreneuriat est surtout une affaire de personnes, mais qu'il est possible de faire émerger chez elles l'esprit d'entreprise, le goût d'entreprendre, ainsi que de développer les compétences nécessaires pour réussir. Il y a cependant des conditions à mettre en place dans l'environnement global, mais aussi et surtout dans le milieu immédiat des entrepreneurs. Cependant, le développement d'une culture entrepreneuriale, dans un milieu donné, relève autant de facteurs reliés aux personnes, c'est-à-dire aux entrepreneurs eux-mêmes, à leur famille, à leur évolution dans un environnement donné, qu'à la localisation proprement dite de l'entrepreneur et de l'entreprise. À partir d'un modèle descriptif, il a essayé de présenter les principales influences de la création d'entreprise dans un milieu afin de mieux en comprendre la dynamique, et surtout d'identifier des moyens d'interventions capables de stimuler un esprit entrepreneurial riche et porteur.

Deux questions viennent immédiatement à l'esprit : est-ce possible de stimuler l'esprit d'entreprise dans un milieu et quelles sont les influences majeures?

Oui, l'esprit d'entreprise peut être développé et stimulé. Les facteurs que nous avons déjà mentionnés dans la troisième section du premier chapitre peuvent être maîtrisés et mis en place; certains prendront plus de temps que d'autres, comme les éléments culturels, mais prétendre qu'on ne peut rien changer dans ce domaine serait un prétexte pour ne rien faire.

Le potentiel entrepreneurial d'un milieu n'est pas fixé dans le temps. Il peut s'accroître grâce à une variété d'interventions et de changements environnementaux qui favorisent l'émergence du talent entrepreneurial et l'esprit d'entreprise ou rendent son exploitation plus efficace lorsqu'il est déjà existant.

⁸⁰ GASSE. Y : « L'influence des aspects social et institutionnel dans le développement d'une culture entrepreneuriale », communication au 9^{ème} symposium international sur les pratiques entrepreneuriales en Algérie, MDI Business School Alger, Mai 2010.

Une attitude positive face à l'entrepreneuriat, une manifestation d'approbation dans les écoles et les médias, la présentation de l'entrepreneuriat comme un style de vie, la valorisation du succès entrepreneurial à travers la reconnaissance sociale et les honneurs, des aptitudes renforcées ainsi qu'une vigilance accrue à la perception des opportunités, des contenus pédagogiques axés sur la découverte, les inventions, le risque...

Tous ces facteurs serviront à promouvoir l'esprit d'entreprise et à accroître l'utilisation des capacités créatrices déjà implantées dans le milieu. En fait, l'évolution de l'entrepreneuriat est fonction de l'interaction dynamique de caractéristiques individuelles et de facteurs socio-environnementaux.

Section 2 : Les politiques publiques d'aide à l'entrepreneuriat :

2.1. L'entrepreneuriat et le politique :

La résurgence de l'entrepreneur s'inscrit dans un contexte de grandes mutations technologiques, industrielles, économiques et sociales. Les politiques ont cru voir dans l'action entrepreneuriale une issue aux divers problèmes sociaux. Dans le contexte actuel de transition, l'État et les acteurs économiques et politiques tendent de promouvoir de nouveaux rôles sociaux pour donner à l'économie un souffle nouveau.

La dynamique de ce processus repose de plus en plus sur l'innovation continue à travers la valorisation et la stimulation de l'esprit d'entreprise. L'État, les collectivités locales, les banques, les grands intérêts économiques, etc. doivent donner à toutes les imaginations les moyens de s'exprimer. Il était impératif économique, dans les années 1980, d'élever l'initiative individuelle au rang de valeur suprême.

Initiative individuelle, imagination, innovation, mais aussi instabilité, incertitude, précarité... l'entrepreneuriat est appelé au secours de l'économie. La mise en place, au cours des années 1990, d'un ensemble de dispositifs juridiques et financiers au service du créateur d'entreprise, la déréglementation ou encore la multiplication de toutes sortes de formation à la fonction de l'entrepreneur peuvent être considérées comme des politiques de retour aux valeurs fondamentales de l'économie de marché. Elles sont en même temps des réponses concrètes aux questions angoissantes de la décennie 1980.

La crise, la restructuration de l'économie et la remise en question des habitudes bien établies au sein des structures socio-économiques ont accouché de nouveaux comportements des agents économiques. Le développement de l'entrepreneuriat en fait partie. Ces nouveaux comportements, faisant de la création d'entreprise un champ d'investissement à part entière, doivent, par l'intermédiaire des nouveautés que les nouvelles entités apportent à l'économie locale ou nationale, accroître les performances, en termes de compétitivité et d'emplois, de cette dernière.

Aujourd'hui, l'entrepreneuriat, sous toutes ses formes (start-up, reprise d'activité, spin-off, intrapreneuriat, technopreneuriat, entrepreneuriat social, etc.) est reconnu comme une source importante de création d'emplois et de richesse pour un pays.

En effet, les travaux majeurs de certains économistes ont permis d'éclairer les politiciens sur l'importance de l'entrepreneur, du phénomène de l'entrepreneuriat et de sa contribution à la croissance économique, à la création de richesse, et au développement des pays (Drucker, 1985 ; Hayek, 1945 ; Knight, 1971 ; Schumpeter, 1934) ce qui fait dire à certains qu'à travers le monde, particulièrement depuis l'avènement de l'économie de la connaissance, « l'entrepreneuriat est devenu le moteur du développement économique est social » (Audretsch, 2006)⁸¹.

2.1.1. Promotion et aide à l'entrepreneuriat :

2.1.1.1. Assistance et soutien aux jeunes entrepreneurs:

Pour Boutillier. S et Uzunidis. D (1999) : « *L'aide et la formation à la fonction de l'entrepreneur débutent par une réflexion sur ce qu'entrepreneur veut dire, pour, ensuite, trouver des arguments, par l'observation et l'analyse, afin de montrer de quelles façons l'entrepreneur s'intègre dans l'ensemble social duquel tirera des ressources et auquel son action profitera* »⁸².

⁸¹ AUDRETSCH. D, B (2006), cité par KHALIF. M : « L'entrepreneur et développement économique : défis et contributions de l'entrepreneur dans le contexte des pays émergents », communication au 9^{ème} symposium international sur les pratiques entrepreneuriales en Algérie, MDI Business School Alger, Mai 2010.

⁸² BOUTILLIER. S, UZUNIDIS. D : « Entrepreneur, esprit d'entreprise et économie : un enseignement basé sur un triptyque ; structures, comportements et performances », communication au 1^{er} congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat, Lille, 1999, p 53.

Les premières mesures d'aide à la création d'entreprise, qui ont vu le jour en Algérie au milieu des années 90, ciblaient principalement le soutien de l'entreprise au moment de sa création, l'aide prenant généralement la forme de prêts ou de subventions. Ces mesures étaient généralement sous la responsabilité des acteurs nationaux et régionaux, l'objectif étant alors d'augmenter le nombre de créations d'entreprises. Par la suite, d'autres mesures ont cherché à diminuer le taux d'échec des entreprises; ces dernières reposaient davantage sur des mécanismes de suivi de façon à suivre l'évolution des projets subventionnés.

On a ensuite vu naître des mesures mettant l'accent sur la formation des porteurs de projets et sur le renforcement des procédures de suivi; plutôt que des prêts directs, c'est le financement d'organismes d'aide et de formation qui était favorisé.

De façon générale, la notion de soutien aux jeunes entrepreneurs réfère aux programmes d'intervention subventionnés par les fonds publics au niveau local ou national : formation, prêts garantis, financement, conseil et accompagnement.

Promouvoir l'esprit d'entreprise, c'est insuffler la volonté de créer à une partie de la population, c'est forger un vivier de créateurs potentiels. Il est clair qu'à partir de ce vivier, seul certains confirmeront leurs souhaits et volonté d'entreprendre par une idée-projet réalisable. Ces derniers décideront alors de passer aux actes et d'entreprendre la réalisation effective de leur projet. Ils deviendront de ce fait créateurs d'entreprise.

Le soutien au créateur en tant qu'individu est un des éléments d'une politique de promotion de la création d'entreprise.

Pour pouvoir être un entrepreneur « bonne qualité », il faut disposer des aptitudes suivantes :

- Animé d'une volonté farouche de se dépasser et d'aller toujours plus loin ;
- Il sait faire face aux difficultés et ne s'avoue jamais vaincu ;
- Capable de changer de cap à temps si son idée s'avère non rentable ;
- Il est appris à se connaître, c'est-à-dire à connaître ses objectifs et motivations d'une part, ses forces et ses faiblesses d'autre part.

Ces caractéristiques définissent un « entrepreneur idéal », qui n'est pas toujours présent. Par ailleurs, les éléments d'une politique de soutien concernent davantage les créateurs de petites entreprises aux moyens de départ relativement limités. Ces créateurs ressentent un besoin d'assistance et de soutien aigu lors de la phase de pré-crétion et de création.

Les besoins de ces personnes restent divers, au premiers rang desquels la nécessaire atténuation du risque personnel d'entreprendre. En second lieu, la levée de certains blocages financiers qui handicapent la réalisation de projets économiquement viables.

L'ensemble des mesures d'aide se situe plus ou moins en amont ou en aval du processus entrepreneurial: certaines vont inciter à la création d'entreprise et d'autres cibler davantage le développement d'entreprises viables.

2.1.2. Processus d'aide et d'assistance à la création d'entreprise :

Aujourd'hui on admit que les spécialistes de gestion considèrent qu'entreprendre n'est pas un phénomène inné, naturel, mais une technique. Autrement dit on ne naît pas entrepreneur, on le devient. Nul n'est programmé génétiquement pour devenir entrepreneur, on ne naît pas entrepreneur. L'entrepreneuriat est un mode de comportement, c'est une attitude qui peut-être encouragée, favorisée, contrariée, soit, mais on peut apprendre à modifier son comportement et on peut y arriver.

Drucker (1985) considère la capacité d'entreprendre comme n'étant pas qu'un trait de la personnalité mais aussi et principalement une pratique et une discipline dont les règles peuvent s'apprendre et demandent à être systématiquement appliquées. De sa part M. Santi suppose que : *« l'esprit d'entreprise n'est ni naturel, ni spontané. C'est le fruit d'un travail constant, d'une discipline d'esprit et d'action, d'une pratique quotidienne. En ce sens, il n'est pas l'unique apanage de certains individus, de conformation propice, mais signifie certains savoirs, certaines aptitudes et attitudes qui peuvent être enseignées, renforcées et exploitées »*⁸³.

Ainsi, les entrepreneurs, tout comme les managers, font face à des défis importants pour formuler et/ou mettre en œuvre leurs stratégies de manière indépendante, et à franchir des barrières qui s'avèrent parfois insurmontables dans leur propre pays. Pour comprendre comment des politiques spécifiques de développement de l'entrepreneuriat peuvent être efficaces pour créer de la richesse dans un contexte donné, il est indispensable de s'inspirer des bonnes pratiques recensées dans certains pays développés et émergents, mais aussi des diverses expériences d'entrepreneurs.

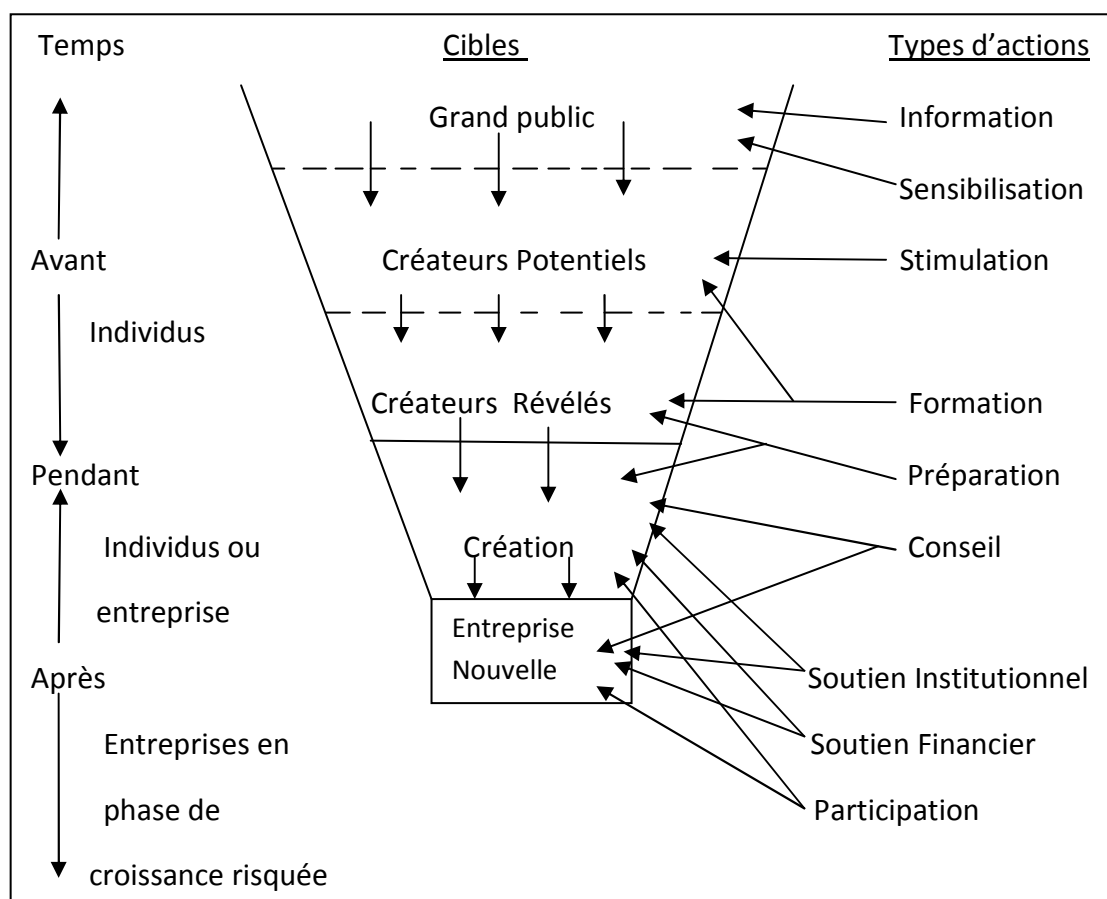
⁸³ HERNANDEZ. E, M : « Le processus entrepreneurial vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », Edition l' Harmattan, Paris, 1999, p 211.

Ces exemples sont salutaires, car ils permettent d'identifier et de mettre en valeur leurs contributions comme modèles au développement d'un esprit d'entreprise.

Tout cela a pour but d'attirer l'attention des autorités et plus généralement des décideurs politico-économiques sur l'importance de cette dynamique entrepreneuriale, essentielle pour la croissance économique durable d'un pays. La présentation de politiques et de cas d'entrepreneuriat nous amène aussi à réfléchir à la fois aux défis spécifiques, aux conditions nécessaires et aux stratégies à succès accessibles aux aspirants entrepreneurs, ainsi qu'à leur contribution à la construction de règles et de normes, et finalement à la création de richesses et au développement socioéconomique des pays émergents.

Benoun et Sénicourt⁸⁴ ont schématisé le processus d'aide et d'assistance à la création et au développement des entreprises en indiquant pour chaque cible le type d'action nécessaire :

Figure n° 5: Processus d'aide et d'assistance à la création et au développement des entreprises.



Source : D'après M. Benoun et P.Sénicourt in Hernandez, E.M :« Le processus entrepreneurial vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », Edition l' Harmattan, Paris, 1999, p 212.

⁸⁴ Cités par HERNANDEZ. E, M (1999), op.cit.

2.2. Éléments d'une politique de développement de l'entrepreneuriat :

Toute politique publique de l'entrepreneuriat est forcément influencée par différents intérêts sociaux, politiques et économiques, contextuels des pays concernés.

Selon le niveau de développement ou les caractéristiques macroéconomiques du pays, une intervention publique proactive en faveur de l'entrepreneuriat dépend des intérêts socioéconomiques ou politiques en jeu.

Si l'objectif affiché d'une politique publique en faveur de l'entrepreneuriat est de créer les conditions nécessaires à la création d'entreprises, elle doit comporter les éléments suivants :

- a) sensibilisation à l'entrepreneuriat en tant que possibilité de carrière;
- b) mise en valeur des potentialités de création d'entreprises;
- c) aide aux personnes qui se lancent dans la création d'entreprise ou la commercialisation d'une innovation;
- d) soutien aux entrepreneurs qui veulent faire croître leur entreprise (accès aux ressources nécessaires).

À chacune de ces étapes cruciales, plusieurs actions concertées et complémentaires peuvent être entreprises ou coordonnées par les pouvoirs publics et ses différentes institutions et agences.

2.2.1. Sensibilisation :

Dans les pays émergents où l'environnement est souvent incertain (présence d'une économie informelle, institutions faibles), la première phase (sensibilisation) est déterminante à plusieurs égards. Il s'agit avant tout de créer une culture d'entrepreneuriat en influençant la perception d'une large partie de la population vis-à-vis de l'entrepreneur et de l'entrepreneuriat. On pense notamment au rôle du système éducatif (post secondaire et universitaire) qui doit valoriser la contribution des entrepreneurs (individuellement et collectivement) à la vie économique du pays et aux objectifs de développement communs. Des remises de prix, des publications par les médias, et une plus grande visibilité vont renforcer l'image de l'entrepreneur comme acteur socioéconomique majeur, et susciter des vocations de carrière.

2.2.2. Production des idées :

Pour reconnaître et mettre en valeur des idées potentiellement commercialisables, des dispositifs doivent être conçus et mis en place pour faciliter l'identification des occasions d'entreprendre. Si l'on se limite à l'innovation technologique ou scientifique, les sommes investies en recherche et développement dans les laboratoires, centres de recherche, universités d'un pays se traduisent par de nombreuses idées ou projets que des entrepreneurs avisés peuvent exploiter sous forme de produits ou services nouveaux ou d'améliorations de ce qui existe. La formation et l'enseignement de manière générale, tant sur un plan académique que professionnel, est certainement un moyen de favoriser l'éclosion de talents entrepreneuriaux, tout en outillant un grand nombre de personnes avec des compétences pertinentes. À travers le monde, des écoles et universités de renom dispensent des formations à l'entrepreneuriat. Des *business school* accueillent déjà des milliers d'étudiants au sein de programmes spécialisés, tant dans les pays développés que dans les pays en développement. Intégrer des formations à l'entrepreneuriat, favoriser les transferts de technologie, mettre en place et médiatiser des concours (projets de création d'entreprises, remise de prix et distinctions) sont autant d'actions utiles pour produire des idées potentiellement commercialisables et tirer le meilleur parti possible des investissements consentis dans la recherche et développement ainsi que du développement des compétences.

2.2.3. Création d'entreprise :

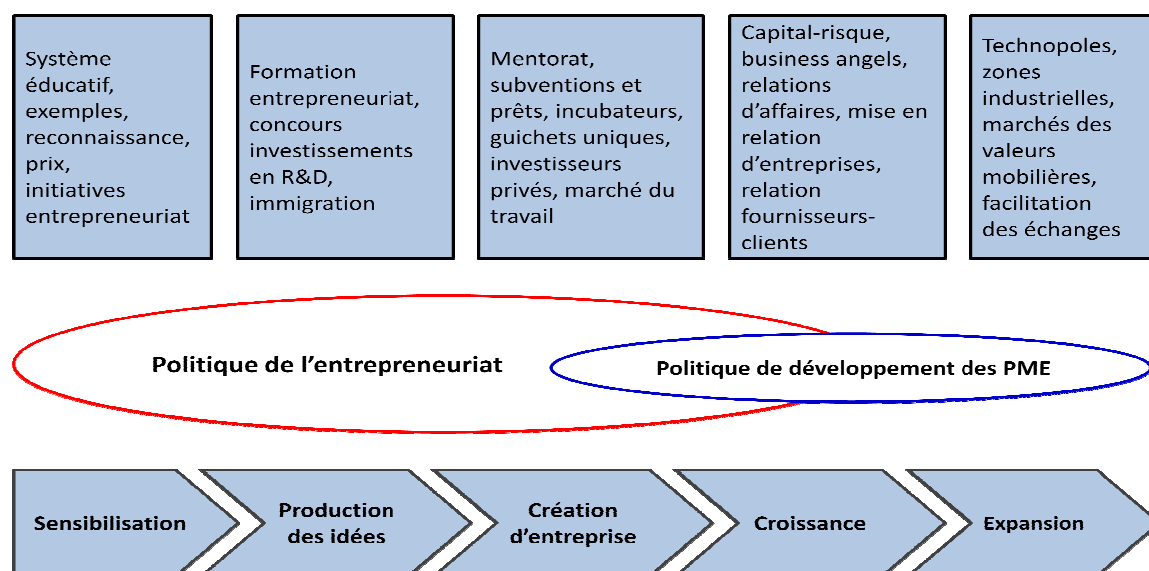
À ce stade, l'objectif est de faciliter le passage à l'acte, tout en reconnaissant que même si toutes les conditions idéales sont réunies, la création d'entreprise demande des efforts importants de la part de l'entrepreneur. Toutes les actions prises qui vont dans le sens de permettre aux entrepreneurs potentiels de transformer leurs idées et leurs compétences en produits/services et entreprises sont les bienvenues. On peut penser notamment au soutien financier (subventions, prêts, etc.), à la mise à disposition de services de développement des entreprises naissantes (par exemple les incubateurs d'entreprises), à une réglementation favorable, des formalités simplifiées etc.

Compte tenu de la faiblesse des entreprises naissantes face à leur environnement concurrentiel plus anciens, il s'avère utile de mettre en place des systèmes publics de soutien (avantages fiscaux, accès au financement, à la formation, incubateurs, etc.) pour rétablir un certain équilibre dans le jeu de la concurrence.

Les « incubateurs » (avant la création) ou les « pépinières / couveuses » (après la création) d'entreprises, qu'ils soient initiés par des universités ou centres de recherche, des grandes entreprises ou des investisseurs privés, sont un moyen d'accompagner, de guider et de relier entre elles de jeunes entreprises (Albert et al., 2002)⁸⁵. De manière générale, un incubateur est structure de support à la création d'entreprises qui comporte des ressources spécialisées d'accompagnement des entreprises avant leur création ou d'appui dans leurs premières années d'existence. Très simplement, un incubateur est doté d'un hébergement immobilier flexible et de services administratifs de base (soutien logistique), d'une structure de conseil et de mise en relation avec des réseaux d'affaires locaux ou régionaux.

En lien avec une politique d'innovation, les incubateurs d'entreprises permettent par exemple de favoriser certaines innovations technologiques ou de commercialiser de nouveaux projets. Ces incubateurs et/ou pépinières peuvent aussi se retrouver au sein d'une véritable technopole, facilitant ainsi l'échange, l'accès aux ressources et le développement des entreprises. Quel que soit le modèle adopté, on a vu leur nombre croître rapidement dans les économies émergentes, dans des pays aussi variés que la Chine, la Corée du sud, la Russie, la Malaisie, l'Indonésie, la Thaïlande, le Chili ou, le Brésil.

Figure n°6 : Éléments d'une politique de l'entrepreneuriat.



Source : adaptation de CNUCED (2009)⁸⁶.

⁸⁵ ALBERT, P., BERNASCONI, M., GAYNOR, L. : « Les incubateurs: émergence d'une nouvelle industrie. Comparaison des acteurs et de leurs stratégies." Rapport de recherche. CERAM Sophia Antipolis.2002.

⁸⁶ CNUCED : « Éléments fondamentaux d'une politique de l'entrepreneuriat », Genève, janvier 2009.

Les mesures et actions énumérées figurent à titre d'exemple dans ces groupes : par exemple la formation peut intervenir à la fois dans l'étape de sensibilisation, de production ou encore de croissance.

Plusieurs pays ont également mis en place des programmes de transfert de compétences, de mentorat, ou de mise en relation entre entrepreneurs confirmés et entrepreneurs aspirants, pour capitaliser sur la transmission de l'expérience et des savoirs implicites.

Cependant, la question de l'accès au financement est souvent présentée un obstacle majeur dans cette étape, comme dans la suivante. Divers mécanismes de financement ont été mis en place avec succès dans des pays émergents, de manière à favoriser l'émergence d'entreprises dans un secteur donné, voire même dans le but de diversifier l'économie d'un pays.

Les pouvoirs publics peuvent également encourager et faciliter la création de sociétés de capital-risque qui vont financer des start-up et leurs besoins de croissance. Des pays ont ainsi créé des fonds de capital risque qui ont séduit des acteurs du secteur privé. Des fonds qui peuvent aussi dégager des sommes considérables pour financer des PME dans certains secteurs. Les *business angels* sont une autre source de financement, notamment pour les capitaux de démarrage des nouvelles entreprises. Ce sont souvent de riches particuliers qui consentent à investir une partie de leur patrimoine (et souvent de leur expérience, conseils) au début d'un projet, en échange d'une participation dans un secteur qui correspond à leur expertise ou domaine d'intérêt. Les gouvernements peuvent encourager de telles initiatives individuelles en aidant à la création de réseaux d'investisseurs, de rencontrer entre business angels et entrepreneurs, et par des incitatifs fiscaux notamment. Dans la plupart des pays émergents, où les fonds de capital risque sont encore balbutiants, cette possibilité ouvre des perspectives intéressantes comme facilitant l'aide à la création d'entreprises.

Enfin, reste les mécanismes classiques liés aux institutions financières. Une réglementation adaptée peut inciter, voire forcer les banques et autres compagnies d'assurances à réserver une partie de leurs prêts (à un taux préférentiel) aux nouvelles entreprises créées. Sachant que ces entreprises sont justement celles qui connaissent le plus de difficultés à obtenir des prêts de la part des banques commerciales, certains pays comme la Malaisie ont choisi cette solution, en échange de certaines facilités auprès de la banque centrale.

2.2.4. Croissance et expansion :

Une fois l'entreprise créée ou le nouveau produit/service commercialisé, des mesures existent pour soutenir la croissance et l'expansion des entreprises, de manière à renforcer les perspectives de croissance des entrepreneurs, favoriser les créations d'emplois dans la communauté et plus généralement créer de la richesse (notamment impôts et taxes, salaires, exportations).

Les réseaux existants, les relations d'affaires, les divers regroupements ou associations d'entrepreneurs permettent au jeune entrepreneur de développer des contacts avec ceux qui ont accumulé expérience et savoir-faire. Par exemple, dans l'industrie du tourisme, Ils peuvent faciliter son accès aux ressources dont il a besoin et ainsi contribuent à la croissance de l'entreprise. De même, les capitaux-risques, les prêts consentis à des conditions favorables, l'accès aux marchés des valeurs mobilières la mise en relation d'entreprises (*match-making*), et la promotion et facilitation des exportations peuvent aider les entreprises à se développer plus rapidement.

En réalité, une même institution peut coordonner une palette d'actions et de mesures concrètes à la fois pour sensibiliser, inspirer des idées et soutenir la création et la croissance de nouvelles entreprises.

Bien entendu, les gouvernements, les autorités régionales et locales, peuvent aussi mener des actions concrètes de sensibilisation, de production d'idées et de soutien à la création et la croissance des entreprises en mettant à contribution des institutions existantes.

Pour aboutir à ce que Audretsch et Thurik (2004)⁸⁷ qualifient d'« *économie de l'entrepreneuriat* », c'est-à-dire lorsque l'ensemble des parties prenantes développe un esprit d'entreprise, une politique de l'entrepreneuriat dans les pays émergents consisterait à créer un environnement propice et mettre en place les outils et instruments d'appui aux nouveaux entrepreneurs et à leurs projets. Une telle politique permettrait alors d'encourager et de coordonner l'action de toutes les institutions concernées, à savoir les centres publics et privés de recherche et développement, en synergie avec les autorités de réglementation (aides et incitatifs ciblés), les institutions d'enseignement et de formation (intégration de l'entrepreneuriat dans les programmes), les institutions financières (produits spécifiques pour les entreprises naissantes), etc.

⁸⁷AUDRETSCH et THURIK, (2004) cités par KHALIF. M : « L'entrepreneur et développement économique : défis et contributions de l'entrepreneur dans le contexte des pays émergents », communication au 9^{ème} symposium international sur les pratiques entrepreneuriales en Algérie, MDI Business School Alger, Mai 2010.

2.3. Valoriser l'esprit d'entreprise :

Conscients des enjeux économiques et sociaux que génère la création d'entreprises, les pouvoirs publics se sont largement engagés depuis les années 90 dans une politique active de soutien. Ceci se traduit par des aides nombreuses, une augmentation générale des dépenses publiques et une responsabilisation des acteurs régionaux et locaux, ces derniers ayant créé, par ailleurs, leurs propres dispositifs d'appui.

«En effet, comme le montrent diverses études, face aux enjeux aussi bien collectifs, en terme d'emplois, de renouvellement des tissus économiques locaux, qu'individuels pour les créateurs, tout au long des années 90, la nécessité de développer des systèmes d'appui spécifiques s'est avant tout imposée au niveau local et régional. Ceci explique, dans le foisonnement des systèmes d'appui développés au cours des années 80 et 90, la très grande diversité des actions engagées » (Marion; 1999)⁸⁸.

La volonté *«de faciliter l'accès à la création d'entreprise au plus grand nombre de créateurs potentiels »* (Albert, Fayolle, Marion; 1994)⁸⁹ s'organise autour de trois axes: l'appui financier, le développement de réseau de conseil/formation et le soutien logistique.

Aujourd'hui, un arsenal de lois, décrets, règlements et mesures encadrent fortement et favorablement les créateurs⁵. Ainsi, certains souligneront que *«le nombre d'institutions d'aides à la création d'entreprises (environ 3000) est particulièrement important comparé au nombre de créations »* (Boutillier, Uzudinis ; 2000)⁹⁰. D'autres déclareront même *«que l'émergence ex nihilo n'a plus vraiment sa place dans le contexte français au regard du rôle joué par l'Etat»* (Marion, Philippart, Verstraete ; 2000)⁹¹. Au regard de ce riche dispositif, beaucoup iront même jusqu'à noter l'abus que de telles aubaines suscitent.

⁸⁸ MARION. S : « L'évaluation de projets de création d'entreprises dans le contexte d'une intervention financière », Thèse pour le doctorat en sciences de gestion, Université Jean Moulin, Lyon III, 1999.

⁸⁹ ALBERT. P., FAYOLLE. A., MARION. S : «L'évolution des systèmes d'appui à la création d'entreprises », Revue Française de Gestion, novembre-décembre 1994.

⁹⁰ BOUTILLIER. S., UZUNIDIS D : « Les dimensions socio-économiques et politiques de l'entrepreneur » in VERSTRAETE. T. (Dir), Histoire d'entreprendre- les réalités de l'entrepreneuriat, Editions Management et Société, 2000, p 24.

⁹¹ MARION. S., PHILIPPART P., VERSTRAETE T : « La valorisation de la recherche publique par la création d'entreprise », in Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat, Verstraete T. (dir.), Editions E.M.S, Management et Société, 2000, p 116.

A ce propos Marion ajoute : « *Même si, au cours des années 90, nous avons assisté à une réduction du nombre de procédures, et surtout à une plus grande sélectivité des conditions d'octroi, l'ensemble des aides financières ainsi disponibles reste caractérisé par sa grande diversité. Il faut noter, qu'à l'apogée du système dans la seconde partie des années 80, cela a favorisé le développement d'une catégorie particulière de créateurs, les chasseurs de primes, et de consultants spécialisés, les rabatteurs de primes* »⁹².

Finalement, il faut garder à l'esprit que les aides et moyens mis en œuvre par les autorités publiques se résument à donner des ressources publiques à quelques porteurs de projets individuels au lieu de les inciter à se regrouper pour élaborer collectivement des projets communs. Elles facilitent ainsi l'opportunisme de ceux qu'elles aident (...) et de ceux qui les aident. Il s'agit d'améliorer « l'écoute mutuelle entre les entrepreneurs et leurs partenaires » (Fayolle, 2002)⁹³, afin de limiter les aléas du démarrage. A la conception longtemps dominante, presque mécaniste, d'un processus de création qui soit séquentiel et linéaire, a correspondu, jusque dans les années 1980, l'idée « *qu'il suffirait d'agir sur quelques variables pour développer la création d'entreprise, et ainsi, favoriser le développement de l'emploi et de l'innovation technologique. C'était ignorer, à la fois, la complexité du processus de création et les aléas du démarrage de chaque nouvelle unité* » (Albert, Fayolle et Marion, 1994)⁹⁴.

Section 3 : l'accompagnement comme élément clé d'une politique publique d'encouragement à l'entrepreneuriat :

3.1. Une politique publique d'accompagnement :

3.1.1. Définition de l'accompagnement :

L'accompagnement est un processus qui consiste à « faire passer » une personne d'un état à un autre, voire à l'influencer pour qu'elle prenne des décisions. Or, l'accompagnement vise à rendre le créateur autonome et l'accompagnant ne doit en aucun cas se substituer au créateur. Outre, il vise à accompagner une personne (ou une équipe) porteuse d'une idée à faire cheminer cette idée pour qu'elle aboutisse à un projet de création viable.

⁹² MARION, S, (1997), op. cit

⁹³ FAYOLLE, A : «Accompagnement des créateurs d'entreprise et amélioration de l'écoute mutuelle entre les entrepreneurs et leurs partenaires : une recherche sur les perceptions des uns et des autres », Cahier de recherche du CERAG, n°25, juin 2002.

⁹⁴ ALBERT, P, FAYOLLE, A et MARION, S, (1994), op.cit.

L'accompagnement du créateur peut également s'envisager à partir du concept de « réseau de soutien ».

Barès (2004) considère ces dispositifs comme « *capable de développer une compétence spécifique en amont des projets, c'est-à-dire une capacité d'intervention sur tous les aspects d'un projet, sans en isoler le juridique, le commercial, le financier et le social (...) et de suivre l'entreprise nouvellement créée* »⁹⁵.

En reprenant la définition de Cuzin & Fayolle (2004), « *l'accompagnement se présente comme une pratique d'aide à la création d'entreprise, fondée sur une relation qui s'établit dans la durée et n'est pas ponctuelle, entre un entrepreneur et un individu externe au projet de création. A travers cette relation, l'entrepreneur va réaliser des apprentissages multiples et pouvoir accéder à des ressources ou développer des compétences utiles à la concrétisation de son projet* »⁹⁶.

Cette définition, qui intervient suite à une volonté de clarification conceptuelle appuyée sur l'analyse de la littérature, est en adéquation avec l'approche plus opérationnelle de l'APCE (2001)⁹⁷, laquelle souligne plusieurs dimensions : la durée (de plusieurs mois à plusieurs années), la fréquence des relations (une succession de contacts est nécessaire), l'unicité de la structure d'accompagnement (si plusieurs individus interviennent, il n'en demeure pas moins que la relation de confiance se noue avec un conseiller en particulier) et la prise en compte de la diversité des problèmes qui se posent au créateur d'entreprise et l'adaptation à la culture et à la personnalité du créateur.

En pratique, on considère habituellement que l'accompagnement, en tant que processus d'aide au porteur de projet, concerne trois étapes : l'accueil, l'accompagnement et le suivi post-crétion.

3.1.2. La fonction technique et le rôle social de l'accompagnement :

Il est communément admis que l'accompagnement des créateurs d'entreprises est généralement entendu comme un processus d'aide au porteur de projet comprenant trois étapes : l'accueil, l'accompagnement, le suivi post-crétion. Idéalement, il vise à aider une personne ayant une idée de création d'activité afin qu'elle puisse : concrétiser son projet et

⁹⁵ BARES. F : « La mutation de l'accompagnement à la création d'entreprises : regards croisés d'une déclinaison locale de la politique nationale », AIREPME, Congrès de Montpellier, octobre 2004.

⁹⁶ CUZIN. R et FAYOLLE. A : « Les dimensions structurantes de l'accompagnement », La revue des sciences de gestion, Direction et Gestion, 210, 2004.

⁹⁷ APCE (Agence Pour la Création d'Entreprise) : « Un observatoire national des pratiques pédagogiques en entrepreneuriat (OPPE), décembre 2001, 4p. Disponible sur : <http://www.apce.com>

devenir un chef d'entreprise autonome dans l'hypothèse où son projet de création s'avère viable, et, dans le cas contraire, mettre en évidence des qualités personnelles ou professionnelles sur lesquelles cette personne pourra « rebondir » si son projet s'avère irréalisable.

3.1.2.1. L'accueil : est un temps d'information, de sensibilisation et d'orientation ou de réorientation des porteurs d'idée. Il marque le début du traitement de l'idée et laisse une grande place à l'expression du porteur, ce dernier se présentant et exposant son projet (historique de l'idée, raisons de ce choix...), puis détaillant plus ou moins la formalisation écrite du projet et les informations déjà réunies. A partir de ces données, le chargé de mission peut aider à la définition du produit et/ou du service et, surtout, conseiller le porteur sur d'autres éléments d'information à collecter, puis détecter des besoins de formation technique ou à la gestion.

Enfin, en proposant une démarche d'accompagnement au porteur, le chargé de mission est amené à donner des informations détaillées sur la méthodologie de la création d'entreprise, les dispositifs d'aide et de soutien existants et, éventuellement, orientent le porteur vers des organismes complémentaires. Enfin, il réalise un pré-diagnostic du projet.

3.1.2.2. L'accompagnement proprement dit : est généralement constitué de deux parties interdépendantes : l'accompagnement au montage du projet et un accompagnement financier. Suivant la personnalité et les besoins du porteur, l'accompagnement au montage inclut des phases d'aide au mûrissement du projet, des temps de formation technique ou à la gestion, et la réalisation de l'étude de faisabilité jusqu'à la concrétisation éventuelle du projet.

Précisément, il recouvre notamment: l'appui à l'étude de marché, l'étude de faisabilité, la détection des besoins de formation encore à compléter, l'aide au chiffrage, l'aide au montage juridique, et l'appropriation par le porteur des différents éléments de son projet.

L'accompagnement financier permet d'effectuer un accompagnement bancaire du porteur de projet (mise en relation bancaire ; finalisation de l'appropriation des termes de la négociation bancaire par le porteur) et de finaliser l'appropriation du chiffrage du projet par le porteur, voire de réaliser une expertise et une instruction du dossier pour d'autres institutions, le rapport du chargé d'accompagnement servant de pré-décision financière pour certains organismes dans leur décision d'attribution de subventions au porteur.

3.1.2.3. Le suivi post-création : comprend toutes les formes d'appui au chef d'entreprise visant à l'aider à mettre en place des outils de gestion adaptés, lui apporter des conseils pour la prise de décision, l'aider à définir et à réaliser sa stratégie commerciale, insérer son entreprise au mieux dans l'environnement.

Letowski (2001)⁹⁸ a conclu que l'accompagnement réunit les composantes suivantes : la durée, la fréquence des contacts, l'unicité de la structure d'accompagnement, la prise en compte de la diversité des problèmes qui se posent à l'entreprise, l'adaptation à la culture et à la personnalité du créateur.

3.2. Soutien et accompagnement des jeunes entrepreneurs :

Il n'existe pas de modèle d'action unique pour encourager et promouvoir l'activité entrepreneuriale chez les jeunes. Au contraire, comme les contextes nationaux et culturels dans lesquels sont définis les nouveaux dispositifs sont très différents, ces derniers tendent plutôt à se caractériser par la diversité de leurs contenus et des mécanismes de leur mise en œuvre.

Les premières mesures d'aide   la création d'entreprise, qui ont vu le jour à la fin des années 70, ciblaient principalement le soutien de l'entreprise au moment de sa création, l'aide prenant généralement la forme de prêts ou de subventions. Ces mesures étaient généralement sous la responsabilité des acteurs locaux classiques (chambres de commerce et autres), l'objectif étant alors d'augmenter le nombre de créations d'entreprises. Par la suite, d'autres mesures ont cherché à diminuer le taux d'échec des entreprises; ces dernières reposaient davantage sur des mécanismes de suivi de façon à suivre l'évolution des projets subventionnés.

On a ensuite vu naître des mesures mettant l'accent sur la formation des porteurs de projet et sur le renforcement des procédures de suivi; plutôt que des prêts directs, c'est le financement d'organismes d'aide et de formation qui était favorisé. C'est à ce moment que sont nées les premières formes de pépinières (financement de locaux et de services communs). Enfin, depuis quelques années, l'accent a été mis sur le développement de nouvelles formes de soutien et d'aide spécifiquement conçues pour répondre aux besoins des projets technologiques et innovants.

⁹⁸ LETOWSKI. A : « L'accompagnement des créateurs d'entreprise en France : définitions, pratiques et résultats », APCE, Note d'analyse NA 172, 2001.

De façon générale, la notion de soutien réfère aux programmes d'intervention subventionnés par les fonds publics au niveau local ou national : formation, prêts garantis, financement, conseil. L'ensemble des mesures d'aide se situe plus ou moins en amont ou en aval du processus entrepreneurial (François-Noyer, 2003)⁹⁹ : certaines vont inciter à la création d'entreprise et d'autres cibler davantage le développement d'entreprises viables. Ainsi, les dispositifs mis en place ont des objectifs variés.

Pour ce qui est des jeunes entrepreneurs, l'OCDE (2001) présente un tableau synthèse des dispositifs de promotion de l'entrepreneuriat chez les jeunes. Les jeunes constituent en effet un public cible très soutenu par les différents programmes. Bien qu'il faille admettre qu'« aucun pays ne le met en œuvre dans son intégralité », le tableau présente la totalité du processus, implanté de façon optimale, systématique et idéal.

Tableau n° 2: Caractéristiques des dispositifs de promotion de l'entrepreneuriat.

Formation hors du système d'enseignement Ordinaire	Compétences en gestion des entreprises Qualités d'entrepreneur
Aide au démarrage Aide au développement de l'entreprise	Financement : Capitaux : prêts, subventions, prix Accès au crédit Soutien logistique Locaux Équipements Idées Conseils et encadrement Soutien opérationnel Planification Gestion opérationnelle Gestion financière
Formation de réseaux	Associations nationales et internationales
Transferts entre génération	De connaissances à travers le conseil D'entreprises et activité lors du départ à la retraite

Source : OCDE : « Encourager les jeunes à entreprendre », Paris, 2001, p 42.

⁹⁹ FRANCOIS-NOYER, V : « Entrepreneuriat et action publique: Dans le contexte de la loi de soutien à la création d'entreprise par les chercheurs: Étude de cas en métropole lilloise » ; Actes de l'Association Internationale en recherche en entrepreneuriat et PME, Agadir, 2003.

Barès (2004)¹⁰⁰ identifie trois axes pour faciliter l'accès des jeunes à la création d'entreprise : l'appui financier, le développement d'un réseau conseil et le soutien logistique. Dans le cas d'une création ex-nihilo, le soutien fait appel aux conseils stratégiques, financiers, juridiques et fiscaux et à la mise en place de toutes les politiques fonctionnelles (production, communication, vente, gestion ou ressources humaines).

- l'appui financier destiné à pallier l'insuffisance des fonds de démarrage et parfois des financements plus importants pour les projets plus ambitieux. Cet appui peut être national ou régional et dans ce cas, il diffère beaucoup d'une région à l'autre. Il dépend également du type de projet (technologique ou non) et du type du porteur de projet (jeunes chômeurs, femmes, etc.),

- le développement de réseaux de conseils et de formation dont le but est de favoriser l'accès du créateur à la formation et à la gestion. Chaque réseau propose des offres très variées et non homogènes,

- le soutien logistique qui vise à offrir des conditions d'hébergement à moindre coût. On pense bien évidemment aux pépinières et aux incubateurs.

Ces mesures peuvent chercher deux objectifs : d'une part former et encourager les gens à devenir entrepreneur, et d'autres part diminuer les coûts liés aux activités entrepreneuriales (réduction de taxes, incubateur, information, prêts garantis et des subventions).

On peut ainsi dire que les mesures visent l'accès à trois types de capital : le capital financier, le capital humain et le capital social. Le premier relève davantage de mesures gouvernementales nationales, qui permettent aux entrepreneurs d'avoir accès à des fonds divers sous formes de subventions ou autres. Les deux autres, quant à eux, sont souvent l'affaire du milieu local. Ce sont donc les agents locaux qui ont la responsabilité de cette acquisition. Par le biais des programmes de formation et de suivi par des conseillers par exemple, les entrepreneurs peuvent acquérir de nouvelles compétences (capital humain) de même qu'être mis en relation avec divers réseaux (capital social). Sous l'influence croisée de ces agents, le territoire peut connaître de notables transformations pour s'assurer une dynamique économique favorisée par les pratiques d'accompagnement.

¹⁰⁰ BARES. F, (2004), op. cit

3.2.1. Missions des dispositifs d'accompagnement des jeunes :

Bruyat (2000)¹⁰¹ dresse un portrait de la filière de l'appui à la création d'entreprise. Il distingue en premier lieu les structures d'accueil et d'information. Leurs missions consistent pour une grande part à faciliter le premier contact du porteur avec les aspects concrets de son projet. En second lieu viennent les incubateurs. Leurs activités tournent essentiellement autour de la formation et de la mise en réseau des créateurs. En troisième lieu sont recensées les pépinières. Celles-ci, souvent spécialisées dans un type d'activité, accueillent des jeunes sociétés lors de leur création et durant un laps de temps limité dans le but de leur fournir des compétences et des ressources spécifiques localisées.

L'accompagnement se décline en prestations de sensibilisation, d'accueil, d'information, d'accompagnement et de conseil, de formation, de soutien logistique, de financement, d'implantation et de suivi. Selon Albert *et al.* (1994)¹⁰², le soutien aux porteurs de projet s'est d'abord développé autour des trois axes du financement, de la formation des personnes et du soutien logistique. Par la suite, la forme du service de conseil a fortement dominé les débats, notamment concernant l'individualisation du contenu de l'aide, puis à propos des avantages pour l'entrepreneur à intégrer des réseaux de soutien.

Ceci doit poser, les multiples aspects de l'aide à la création et la diversité des structures qui les génèrent conduisent à s'interroger sur la relation existant entre les formes d'accompagnement et leurs résultats en termes de pérennité.

L'accompagnement joue un rôle de plus en plus important du fait que de plus en plus d'individus sont amenés, par nécessité économique plus que par vocation, à créer leur entreprise. Cet accompagnement présente un double enjeu. Généralement l'accompagnement se conçoit comme un outil de transfert de compétences relativement techniques, savoirs et savoirs faire, en lien avec la gestion de l'activité en elle-même (comptabilité, la gestion de trésorerie et le marketing) ; mais il offre également à l'entrepreneur un soutien psychologique, notamment dans les moments difficiles, destiné à favoriser le développement de savoir être entrepreneuriaux et inciter davantage les entrepreneurs à la création de leur propre emploi.

¹⁰¹ BRUYAT. C : « Eléments de réflexion pour la mise en œuvre de systèmes d'appui à la création d'entreprise », Les cahiers de l'ERFI, n°15, 2000, p 9-21.

¹⁰² ALBERT *et al.*, (1994), *op. cit.*

En croisant la littérature sur l'accompagnement entrepreneurial et celle plus ancienne sur les relations d'aide (l'orientation scolaire, la supervision ou encore les thérapies), il ressort qu'une partie de la performance de l'entrepreneur pourrait être expliquée par trois facteurs :

- une première thèse met en avant les qualités personnelles de l'accompagnateur, notamment ses qualités d'écoute et l'empathie ;
- un deuxième point de vue valorise la ressemblance : les similitudes de culture et de personnalité qui faciliteraient les communications et les ententes ;
- une troisième approche, plus rare, étudie les différences qui, dans le cadre des rôles différenciés, amèneraient des formes de complémentarité.

Mais le contexte actuel (crise économique, chômage, licenciement, etc....) amène de plus en plus d'individu à créer leur entreprise plus par nécessité économique que par vocation. L'accompagnement prend alors tout son sens pour ces personnes "novices" et devient en sus d'un outil de transfert de compétences, un soutien psychologique. D'un point de vue général, pour Naman et Slevi (1993)¹⁰³ l'accompagnement entrepreneurial est la réunion de trois éléments :

- la connaissance pour savoir piloter l'entreprise ;
- un guide pour savoir quels efforts sont prioritaires ;
- une façon pour l'accompagné de s'auto-évaluer quant à ses efforts de compatibilité.

La littérature montre que la réunion de ces trois éléments permet à l'accompagnateur de transférer des compétences techniques (savoirs et savoir faire) à l'entrepreneur, à ce titre, l'accompagnement entrepreneurial est souvent analysé à travers des programmes politiques où l'on cherche à mesurer leur efficacité, ce n'est que récemment que les chercheurs se sont intéressés aux acteurs. Il permet également d'apporter un soutien psychologique, notamment dans les moments difficiles, les périodes de doute (Valéau, 2004)¹⁰⁴. Ce soutien psychologique est destiné à favoriser le développement de savoir être entrepreneuriaux et émerger une culture entrepreneuriale.

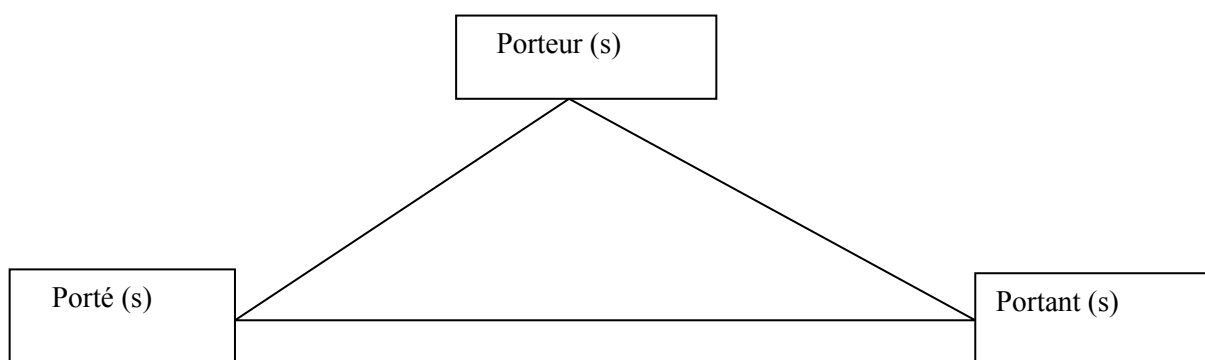
¹⁰³ NAMAN et SLEVIS (1993), cités par ASSOUNE. A : « L'accompagnement entrepreneurial et compatibilité de style », communication au 6ième congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat 19-20 et 21 novembre 2009.

¹⁰⁴ VALEAU. P : « L'accompagnement des entrepreneurs durant les périodes de doute », Revue de l'entrepreneuriat, vol 5, n°1, 2006.

3.2.2. Le triptyque de la relation d'accompagnement des jeunes entrepreneurs :

Comme l'ont suggéré Dechamps, Goy et al (2004) et Bares, Chelly, Levy (2004)¹⁰⁵, nous proposons de caractériser l'accompagnement par l'existence d'un triptyque Porteur-Portant-Porté.

Figure n°7 : Le Triptyque Porteur-Portant-Porté.



Source : LEVY-TADJINE. T : « L'entrepreneuriat immigré et son accompagnement en France », Thèse pour le Doctorat de Sciences de Gestion, Université du SUD- Toulon – Var, 2004, p 261.

Dans la phase de création, le porteur de projet soumet son projet à divers experts ou partenaires qui le valideront ou non et qui l'infléchiront. Sans eux, le projet ne pourra aboutir. Ce sont les portants.

Les portés désignent tout à la fois le projet lui-même et les partenaires qui en sont tributaires sans avoir la possibilité d'en influencer la réalisation immédiate. On pense ainsi à de futurs collaborateurs du porteur de projet que celui-ci a pré-recruté. Ils adhèrent ou non au projet et n'attendent que sa réalisation.

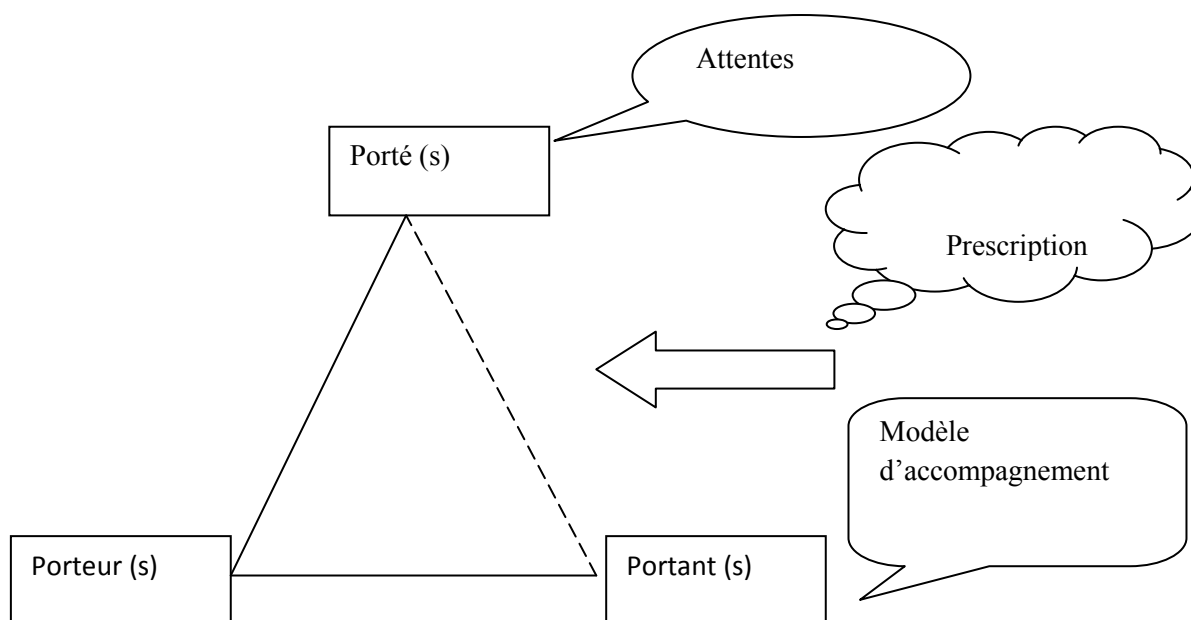
Dans la plupart des cas, le porteur de projet est orienté vers le dispositif d'accompagnement par un acteur social. Pour certains, cette phase constitue le pré-accueil ou « accueil-insertion », en amont de la démarche de création. Cette qualification souligne que le discours du prescripteur va ensuite influencer l'attitude du porteur en accompagnement et au moins ses attentes. Si les acteurs sociaux ont une méconnaissance du métier et de la philosophie de l'accompagnement, ils risquent d'induire chez l'entrepreneur potentiel des représentations erronées qui pourront altérer la relation.

¹⁰⁵ Cités par LEVY-TADJINE. T : « L'entrepreneuriat immigré et son accompagnement en France », Thèse pour le Doctorat de Sciences de Gestion, Université du SUD- Toulon – Var, 2004.

Pour l'accompagnant, aux attentes initiales du porteur, s'ajoutent donc la prescription plus ou moins qualifiée envers la structure d'accompagnement.

Finalement, si la littérature considère généralement l'accompagnement comme une relation symbiotique entre le chargé de mission et le porteur, nous considérons qu'elle est susceptible d'être altérée par la nature de la prescription qui, dans certains cas attend de la structure d'accompagnement, du remplissage de dossier à la place du porteur et, dans d'autres, donne à cette entité un rôle décisionnaire dans la conclusion sur la viabilité du projet et donc dans l'attribution ou non d'aides ou de subventions. La relation « Porteur- Portant- Porté » qui constitue le cœur de la relation d'accompagnement doit donc intégrer une influence déformante extérieure.

Figure n° 8: L'altération du triptyque Porteur-Portant-Porté.



Source : LEVY-TADJINE. T : « L'entrepreneuriat immigré et son accompagnement en France », Thèse pour le Doctorat de Sciences de Gestion, Université du SUD- Toulon – Var, 2004, p 262.

En diffusant auprès du porteur une image parfois fausse de l'accompagnement, les prescripteurs renforcent certaines attentes parfois inadaptées du porteur vis-à-vis de l'accompagnement et bloquent ainsi la relation dans l'un de ses deux écueils.

Les chargés de mission n'associent, en effet, pas le public des porteurs issus d'une population jeunes à l'écueil de la consultation d'expert ou à l'écueil de l'assistanat social et évoquent tous, au contraire, la diversité des trajectoires et des attitudes de ces porteurs.

Tout au plus, notent-ils que ce seraient davantage le type de prescription et le statut socio-économique du porteur qui dicteraient une attitude ou une autre. La seule nuance observée à valider dans le cadre de cette étude concerne, sans que cela soit systématique.

Quoi qu'il en soit, face à des demandes qui ne cadrent pas toujours avec la philosophie de l'accompagnement, le rôle du chargé de mission consiste à faire preuve de pédagogie pour démontrer l'intérêt de l'accompagnement sans provoquer la rupture. Par définition, cette pédagogie suppose la prise en compte de la relation inter-individuelle par le chargé de mission. Celle-ci est au cœur de la doctrine de l'accompagnement.

3.3. L'apport des structures d'accompagnement en phase du processus de création d'entreprise :

Paturel et Masmoudi (2005)¹⁰⁶ décomposent le processus entrepreneurial entre trois grandes phases successives, à savoir la phase de pré incubation, la phase d'incubation et la phase de post incubation. Généralement, les structures d'incubation interviennent sur les deux premières phases. D'autres structures d'accompagnement interviennent seulement en phase de post incubation, telles que les pépinières d'entreprises, et d'autres principalement en phase de pré incubation.

3.3.1. L'apport des structures d'accompagnement en phase de pré incubation :

Pour les deux auteurs la littérature anglo-saxonne et francophone s'est peu intéressée à la définition de la phase de pré incubation. En effet, les organismes intervenant principalement sur cette phase sont généralement spécialisés dans les technologies de pointes et ils s'adressent à un public de scientifiques, de chercheurs et d'ingénieurs susceptibles de développer une innovation majeure ou ayant déposé un brevet. Toutefois, ils ont dégagé deux types de définitions, une définition large et une étroite. Dans sa conception large, la phase de pré incubation démarre dès lors qu'une action de sensibilisation à l'entrepreneuriat est déclenchée. Cette phase peut durer quelques années, voire tout au long du cursus universitaire ou professionnel du porteur de projet.

Avec son approche étroite, le pré incubation est une phase décrite comme une préparation à

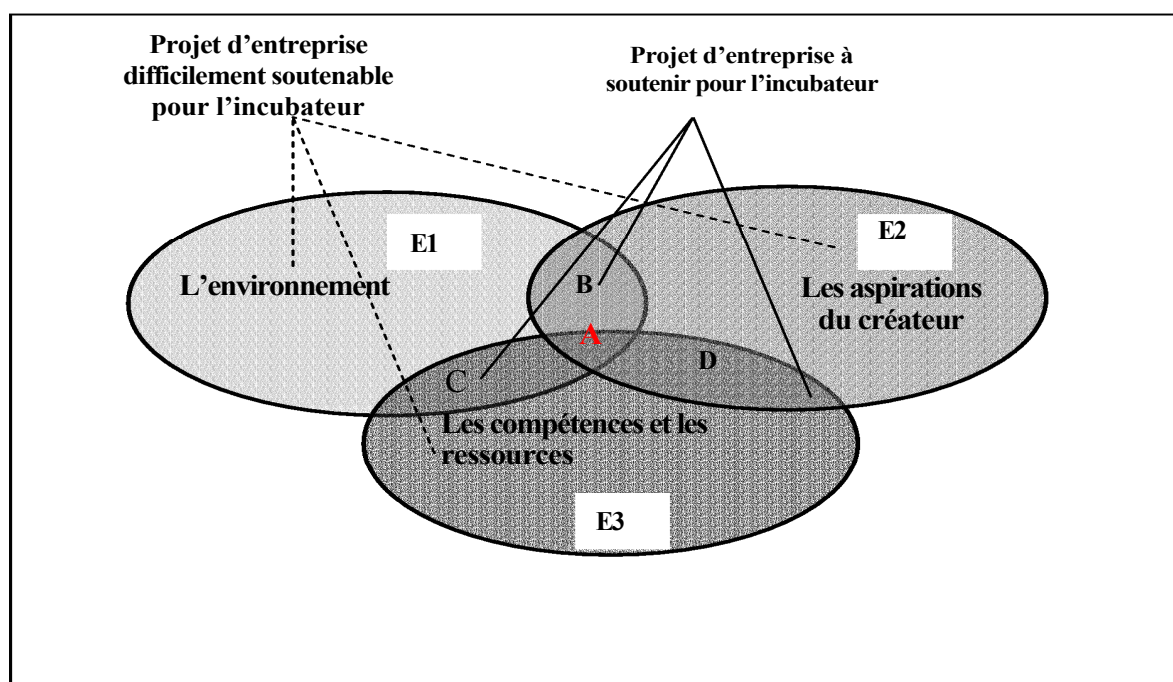
¹⁰⁶ PATUREL. R et MASMOUDI. R : «Les structures d'appui à la création d'entreprise : contribution en vue de l'évaluation de leurs performances », communication au 4^{ème} Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Paris, 2006.

l'entrée dans la phase d'incubation. Cette phase porte sur une préparation initiale des éléments qui doivent être développés dans la phase d'incubation.

Les structures d'accompagnement interviennent dans la phase de pré incubation, d'une part, pour détecter des porteurs de projets et, d'autre part, pour aider les candidats dans la préparation du dossier de sélection ou d'entrée en incubation.

Théoriquement, cette phase est importante pour la recherche des informations nécessaires à la formalisation séparée des caractéristiques de la composante stratégique et de la composante psychologique de la démarche de création. Ensuite, la confrontation des éléments des deux composantes permet d'évaluer la pertinence et la faisabilité du projet d'entreprise et de détecter les besoins éventuels d'accompagnement. En effet, c'est la confrontation de trois grandes variables, à savoir les possibilités de l'environnement, les aspirations du créateur, les compétences et les ressources perçues pour le projet qui situeront l'intérêt de l'appui (le modèle des « 3 E »).

Figure n° 9 : Les projets à aider et ceux à éviter pour l'incubateur.



Source : PATUREL. R et MASMOUDI. R, (2005), op.cit, p 9.

En conclusion, la pré incubation est, dans un premier temps, une phase d'identification des éléments de la composante stratégique et de la composante psychologique de la démarche de création que nous avons vu dans le chapitre précédent. Dans un second temps, c'est une phase de diagnostic qui permet à la structure d'incubation, de visualiser la position du projet

dans le schéma des 3 E.

Les candidats à l'entrée en incubation sont donc les porteurs de projets qui se trouvent à l'extérieur de la zone de cohérence afin que leur accompagnement soit stratégiquement significatif et surtout utile. Autrement dit, un projet identifié déjà dans une zone de cohérence n'a pas besoin d'un appui par une structure d'incubation. Ce projet pourrait avoir des besoins d'hébergement provisoire et d'accès au marché à moindre coût ou à un coût favorable pour alléger les frais de démarrage. L'appui des structures de post incubation (pépinière d'entreprises) joue dans ce cas de figure un rôle important.

Ainsi, toute structure d'incubation doit sélectionner les projets se situant dans les zones B ou C ou D, c'est-à-dire ceux qui ont besoin d'un apport externe pour qu'ils deviennent réalisables. On dira ainsi que ces projets sont dans une situation d'éloignement stratégique de la zone de cohérence et ils sont à soutenir pour l'incubateur.

Cependant, les projets qui se situent à l'extérieur de ces zones sont difficiles à incuber et les prévisions d'échecs de tels projets sont très élevées. Toutefois, les structures de pré incubation peuvent réorienter les porteurs de projets qui se situent dans ces situations, vers d'autres solutions pouvant s'avérer plus jouables et réalistes.

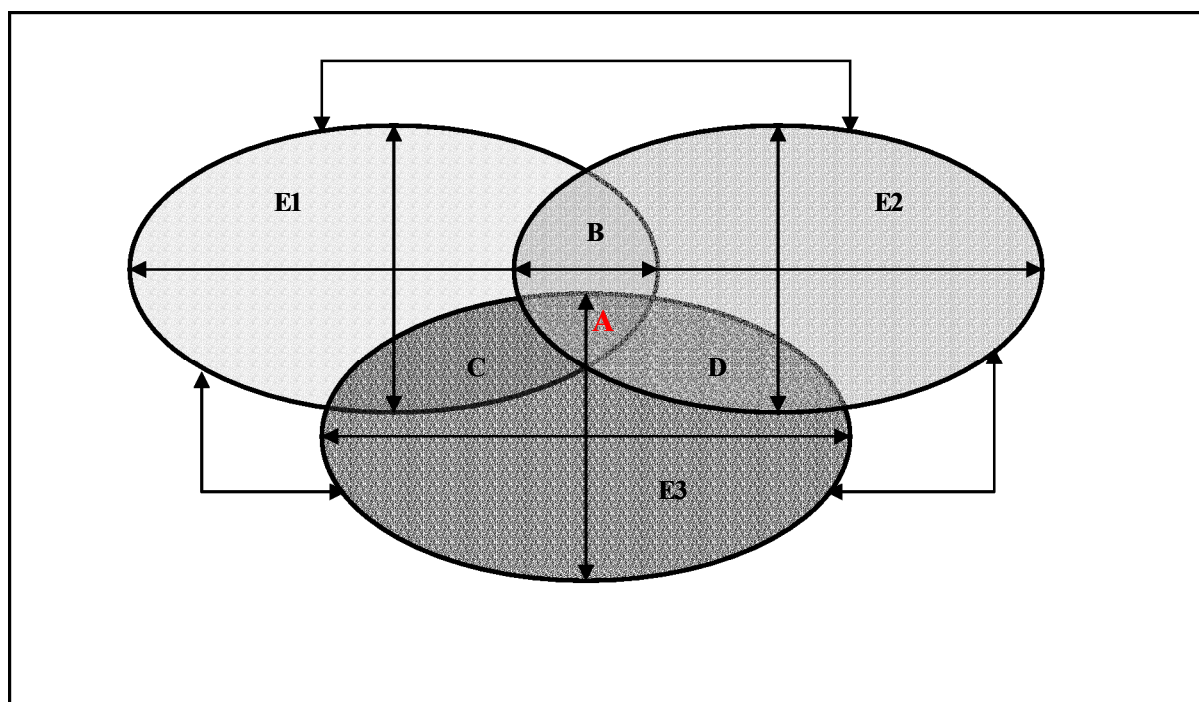
3.3.2. L'apport des structures d'accompagnement en phase d'incubation :

Plusieurs chercheurs engagés dans le champ de l'entrepreneuriat ont essayé d'expliquer et de modéliser le processus entrepreneurial, qui s'accordent, d'une part, sur la complexité et la multidimensionnalité du phénomène entrepreneurial et, d'autre part, sur les multiples étapes du processus de création.

Le processus de création d'entreprise a été analysé sur deux niveaux complémentaires : au niveau de l'individu créateur et au niveau du projet d'entreprise. En effet, au cours du processus de création, l'individu porteur de projet passe par plusieurs statuts avant d'adopter celui de dirigeant d'entreprise. En parallèle, le projet passe par plusieurs étapes avant de se transformer en entreprise. Le passage d'un statut à l'autre, tant pour le porteur de projet que pour le projet même, indique les différents niveaux atteints dans la démarche de création. Ceci peut expliquer l'organisation et l'évolution des éléments de la composante stratégique et de la composante psychologique vers une pertinence et cohérence globale du projet d'entreprise.

Ainsi, cette dynamique du processus d'incubation montre que le modèle des « 3 E » intervient à deux niveaux complémentaires : au niveau de chaque bloc (E1, E2 et E3) et entre les blocs (E1-E2, E2-E3, E1-E3). Autrement dit, au cours du processus chaque bloc se transforme, s'élargit ou se rétrécit sous l'influence d'un ou plusieurs facteurs (dont l'action d'accompagnement).

Figure n°10 : La dynamique du modèle des « 3 E ».



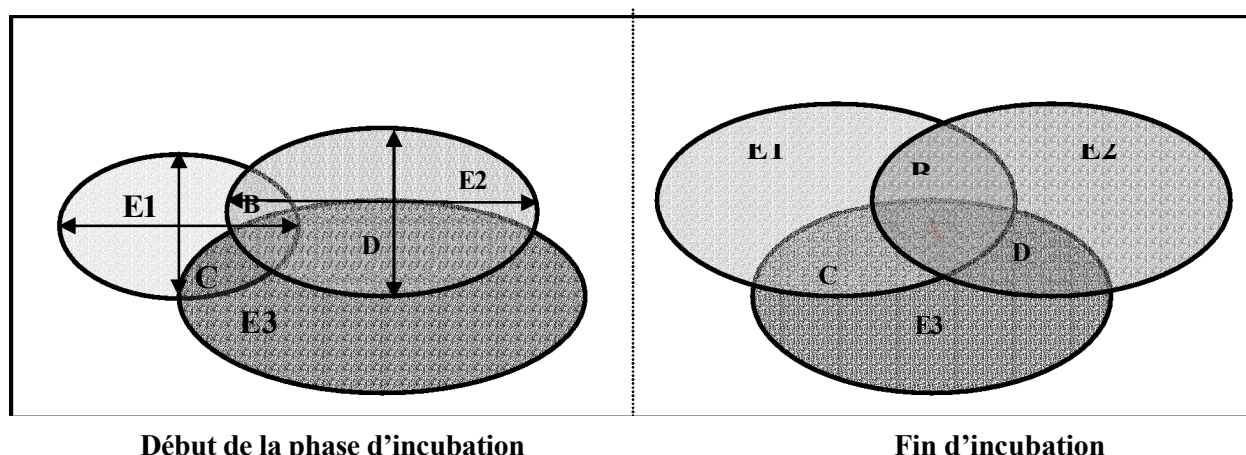
Source : PATUREL. R et MASMOUDI. R, (2005), op.cit, p 11.

Toutefois, même si le besoin d'accompagnement, détecté lors de la phase de pré incubation, concerne uniquement une variable d'un bloc, l'incubation peut dynamiser les autres variables l'influence de facteurs endogènes et exogènes au modèle des « 3 E ».

A titre d'exemple, un projet appréhendé initialement dans la position D, peut recevoir un accompagnement portant principalement sur le bloc « environnement » (E1). Ainsi, au cours du processus d'incubation, ce bloc se construit et s'enrichit jusqu'à ce que le projet atteigne la zone de cohérence A. Cette action de l'incubateur sur E1 peut très bien avoir des répercussions également sur E2 et E3, comme le montre la Figure précédente (figure n°10).

Au premier abord, le rôle de l'organisme d'appui intervenant dans cette phase est de repositionner les projets, détectés lors de la phase de pré incubation à l'extérieur de la zone de cohérence, vers cette aire A.

Figure n°11 : La dynamique du processus d'incubation.



Source : PATUREL. R et MASMOUDI. R, (2005), op.cit, p 12.

Cela peut se faire en répondant aux besoins immatériels du porteur de projet (formation, motivation, compétences...), en facilitant l'accès aux besoins matériels spécifiques au projet (ressources) et en prospectant l'environnement qui favorise le développement de la nouvelle activité.

L'accompagnement correspond donc au suivi du processus de création par une mise à disposition de diverses ressources matérielles et immatérielles selon les besoins du projet et de son porteur.

L'efficacité de l'accompagnement au cours de cette phase peut donc s'apprécier par la capacité de l'accompagnateur à repositionner les projets incubés vers leurs zones de cohérence à la fin du processus de création. En effet, suite à un accompagnement (information, sensibilisation, formation, préparation, conseil, recherche, négociation, prospection...), le projet d'entreprise peut devenir en parfaite cohérence avec la zone de compatibilité des aspirations et motivations du créateur, de ses compétences et ressources perçues et des possibilités de l'environnement (figure n°11). Une fois cet objectif atteint, le projet est potentiellement réalisable avec de fortes chances de réussir dans le temps : la constitution effective de l'entreprise peut s'engager.

De ce fait, une fois que le projet incubé atteint sa zone de cohérence, il devient potentiellement faisable et sa réussite est tributaire de la bonne gestion de la phase de démarrage de l'entreprise. Cette dernière phase peut être appuyée par les structures de post incubation telles que les pépinières d'entreprises.

3.3.3. L'apport des structures de suivi en phase de post incubation :

Les structures intervenantes en phase de post incubation assurent le suivi des nouvelles entreprises créées pendant leurs phases de démarrage et/ou de croissance. Le passage de l'étape d'incubation à l'étape de post incubation est délicat. Il concerne, d'une part, le passage de l'état de projet à l'état d'entreprise et, d'autre part, le passage du statut d'entrepreneur potentiel ou de porteur de projet au statut de chef d'entreprise.

Pendant cette étape, le réseau du système d'appui à la création d'entreprises, qu'il soit national, régional voire local, joue un rôle important afin que la nouvelle entreprise accède au mieux à son marché.

En effet, le suivi est potentiellement efficace lorsque les organismes adossés dans un réseau collaborent pour partager et assurer la complémentarité des différentes fonctions de la démarche d'appui, et pour améliorer l'écoute mutuelle entre les entrepreneurs et les différents organismes d'appui prestataires. Ainsi, le porteur de projet bénéficiera d'un appui cohérent répondant à ces différents besoins tout au long du processus de création et de démarrage de son entreprise. Sur un autre plan, le réseau permet d'assouplir le passage du statut de projet au statut d'entreprise, ceci en aidant, d'une part, l'entreprise à s'adapter à son environnement et, d'autre part, l'entrepreneur à gérer et accomplir sa nouvelle fonction.

La post incubation est une phase de stabilisation de la cohérence du projet, elle peut être assimilée à une phase de vérification de la cohérence du projet dans son environnement réel. L'entreprise est amenée dans cette période à s'adapter, à faire face aux menaces de l'environnement et à assurer sa pérennité.

Les précédentes phases du processus de création sont donc des étapes d'estimation de la faisabilité du projet et la phase de post incubation n'est autre qu'une phase d'expérimentation réelle du projet d'entreprise ou de l'entreprise créée.

La bonne conduite de cette dernière étape est tributaire de la réussite globale du processus d'appui.

Conclusion :

En conclusion à ce chapitre nous soulignons à quel point les pouvoirs publics étaient préoccupés par le problème de la création d'entreprise par les jeunes car cette dernière représente des enjeux économiques et sociaux. L'accroissement du contingent de jeunes chômeurs, en particulier si la situation de ceux-ci se prolonge et qu'ils finissent par se retirer du marché du travail désespérés, est non seulement regrettable en soi, mais constitue un gaspillage de ressources qui pourraient être utiles à l'économie. L'origine du problème réside dans les vastes changements technologiques, structurels et comportementaux qui bouleversent le monde du travail.

Les pouvoirs publics peuvent-ils remédier à cette situation en favorisant davantage l'entrepreneuriat au sein de la jeunesse, c'est à dire en encourageant le travail indépendant ?

Dans un contexte caractérisé par la libéralisation des marchés, la transition des anciens pays socialistes vers l'économie de marché, la mondialisation, la croissance du chômage et le taux élevé d'échec des nouvelles entreprises créées ... ont poussé les pouvoirs publics et les acteurs économiques à davantage intervenir en faveur de la création d'entreprise et dans l'accompagnement des différentes catégories de porteurs de projets de création d'entreprises. Ainsi, l'appui à la création d'entreprises s'est développé et s'est diversifié afin de répondre aux différents besoins des entrepreneurs potentiels, de l'amont à l'aval de l'acte entrepreneurial.

Les politiques d'appui et de soutien se sont développés autour de l'appui financier, du conseil et de la formation et du soutien logistique suivant une approche mécaniste et séquentielle du processus de création d'entreprises, afin de répondre à un objectif au premier temps fixé en termes quantitatifs : « augmenter le nombre de créations d'entreprises ». Cependant, l'analyse de la performance de la politique d'appui a montré que le nombre d'entreprises créées a augmenté, mais le taux de pérennité de ces entreprises est à améliorer puisque plus au moins faible, seulement une entreprise sur deux fête son cinquième anniversaire. Il est reconnu que les entreprises qui ont bénéficié d'un appui pendant leur création sont plus pérennes que les autres entreprises et que de plus en plus, cet appui a un effet positif sur le développement et la rentabilité des jeunes entreprises. De ce fait, le nombre de structures d'accompagnement à la création d'entreprise a considérablement augmenté, au gré de l'intervention plus au moins appuyée des pouvoirs publics.

Chapitre 03 :

***Evolution de l'entrepreneuriat
et les politiques publiques en
faveur de la création
d'entreprise en Algérie***

Introduction :

De l'indépendance de l'Algérie en 1962 à la moitié des années 80, le développement industriel algérien était la prédominance du secteur public. Le pacte social, dominant durant cette période, a longtemps été celui de la création de grandes entreprises d'Etat fournissant emploi, salaire, logements et autres avantages sociaux. A contrario, l'entrepreneuriat privé n'occupait qu'une faible partie des orientations économiques de l'époque. En revanche, dans ce système, il existait un ensemble de forces structurelles qui limitait l'action individuelle de l'entrepreneur (accusé, à l'époque, d'être un « profiteur » et un « capitaliste ») (codes d'investissements 1963, 1966, charte nationale, 1976)¹⁰⁷. Avec l'avènement de la libéralisation, l'Algérie s'oriente vers une nouvelle organisation ayant pour pierre angulaire la création et le développement des petites et moyennes entreprises. Cette fois, la stratégie de développement est basée sur la promotion de l'entrepreneuriat privé par la multiplication des PME/TPE. L'Etat régule et promeut mais ne gère plus.

Cependant, le secteur privé commence à occuper une place de choix dans la vision de développement de l'économie. C'est dans ces problématiques lourdes que s'inscrivent l'émergence et le développement de l'esprit d'entreprise en Algérie, appelé à jouer un rôle important dans le processus de reconfiguration des structures économiques. Devant les difficultés de redressement du secteur public, dont un grand nombre d'entreprises a atteint un stade avancé de dégradation, les pouvoirs publics tentent d'orienter leurs actions en faveur du développement de l'entrepreneuriat privé qui cadre mieux avec l'économie de marché par la mise en place d'un ensemble de dispositifs qui stimulent la création d'entreprise par les entrepreneurs privés. En effet, l'économie algérienne connaît de profonds bouleversements depuis la fin des années quatre vingt par des changements intervenus au niveau des dispositifs institutionnels d'accompagnement.

Une nouvelle phase débute pour l'économie algérienne, celle de la transition vers l'économie de marché qui implique des contraintes lourdes que seul un environnement permissif et accueillant est en mesure de les réduire. En effet, le processus d'ouverture de notre économie risque de fragiliser davantage les entreprises algériennes et plus spécialement

¹⁰⁷ MELBOUCI. L : « Le capital social et le comportement innovateur de l'entrepreneur algérien », communication au colloque international sur l'entrepreneuriat et la PME, Belgique, Octobre, 2008.

les petite entreprise qui de nature sont relativement démunies en ressources et en connaissances techniques, c'est pourquoi les grandes mutations du système économique algérien privilégient à l'instar de nombreux pays développés, la promotion et le développement des petites structures.

Ce processus a été consolidé avec l'adoption du code des investissements consacré par le décret législatif N°93-12 du 05 octobre 1993 relatif à la promotion de l'investissement. Ce dernier instituait l'Agence nationale pour la Promotion et de Suivi de l'Investissement (APSI), qui est une agence publique chargée de l'assistance et de l'encadrement des investisseurs. Concomitamment à la création de l'APSI, des Comités d'Assistance de Localisation et de Promotion des Investissements (CALPI) ont été mis en place à l'échelon local en vue d'assister les investisseurs dans le domaine sensible du foncier industriel.

Le dispositif créé n'a pas contribué à la relance de l'investissement privé. Le constat de carence a débouché sur la révision du dispositif institutionnel mis en place à travers la promulgation, en 2001, de deux textes législatifs fondamentaux : l'ordonnance relative au développement de l'investissement (Ordonnance N°01-03 du 20/08/2001) et la loi d'orientation sur la promotion de la PME (Loi N°01-18 du 12 décembre 2001).

La loi d'orientation sur la promotion de l'entrepreneuriat privé, promulgue des dispositions générales dont les principes fondamentaux définissent les mesures d'aide et de soutien à la promotion de la petite entreprise, afin de faciliter la création, le développement et la compétitivité des entreprises. Les pouvoirs publics sont mobilisés pour offrir les moyens nécessaires à cet effet dans de nombreux champs du développement de l'esprit d'entreprise à savoir :

- la création d'un fonds de garantie des prêts bancaires accordés aux PME ;
- la création du fonds d'appui à l'investissement ;
- la création de la caisse de garantie des crédits d'investissement ;
- la création du fonds de promotion de la compétitive industrielle ;
- la mise en place du programme national de mise à niveau des PME face aux exigences du libre échange et la mise en œuvre des accords d'association avec l'Union Européenne ;
- la mise en œuvre des programmes de micro entreprises et du micro crédit et un fonds de garantie des risques liés au micro crédits.

Ces deux textes législatifs : l'ordonnance relative au développement de l'investissement et la loi d'orientation sur la promotion de la PME visent au renforcement du secteur privé porteur de croissance et à l'amélioration de la compétitivité de l'économie algérienne par une contribution plus importante des PME/PMI à la croissance économique. Selon le ministère de la PME 2001, les mesures d'aide et de soutien à la promotion de la PME ont pour objectifs :¹⁰⁸

- d'impulser la croissance économique ;
- d'inscrire le développement des PME dans une dynamique d'évolution et d'adaptation technologique ;
- d'encourager l'émergence de nouvelles entreprises et l'élargissement de leur champs d'activité ;
- de promouvoir la diffusion de l'information à caractère industriel, commercial, économique, professionnel et technologique relative au secteur des PME ;
- d'encourager toute action tendant à augmenter le nombre de sites d'accueil destinés aux PME ;
- d'encourager la compétitivité des PME ;
- d'améliorer le rendement des PME ;
- d'inciter la mise en place de régimes fiscaux, stables et adaptés aux PME ;
- de promouvoir un cadre législatif et réglementaire propice à l'émergence de l'esprit d'entreprise et au développement des PME ;
- d'adopter des politiques de formation et de gestion des ressources humaines qui favorisent la créativité, l'innovation et la culture entrepreneuriale ;
- de faciliter l'accès des PME aux instruments et services financiers adaptés à leurs besoins ;
- d'améliorer les prestations bancaires dans le traitement des dossiers de financement des PME ;
- d'encourager l'émergence d'un environnement économique, technique, scientifique et juridique assurant aux PME le soutien et l'impulsion nécessaire à leur développement;
- de promouvoir l'exportation des biens et services produits par les PME.

¹⁰⁸ Loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise, (2001), Rapport du Ministère de la Petite et Moyenne Entreprise et de l'Artisanat.

Enfin, il faut signaler que l'entrepreneuriat, notamment la création d'entreprises, est un moyen de développement économique qui permet en plus de la réalisation de la valeur ajoutée et de l'amélioration de la croissance nationale, de lutter contre le chômage et le travail informel. C'est le nouveau moteur de l'économie. En Algérie de nombreux dispositifs et programmes, tels que le programme contrat pré-emploi et le dispositif du microcrédit à l'exemple de l'ANSEJ, ont été appliqués pour encourager la création des petites et moyennes entreprises (PME) ainsi que les micro-entreprises, afin d'absorber le chômage excessif des jeunes.

À l'horizon 2014, le gouvernement algérien prévoit l'objectif des cent mille PME tracés par le Programme du Président de la république.

Malgré les efforts du gouvernement en matière de lutte contre le chômage et l'encouragement de la création d'entreprises, les résultats restent mitigés avec un grand nombre de création mais en partie dans le secteur informel. L'entrepreneuriat algérien reste toujours en recul par rapport aux pays voisins.

Section 1 : hétérogénéité des systèmes entrepreneuriaux et évolution des politiques publiques d'encouragement à l'esprit d'entreprise en Algérie :

1.1. Historique et évolution de l'entrepreneuriat en Algérie :

Melbouci (2008)¹⁰⁹ avait fait une distinction entre deux périodes cruciales marquant l'histoire de l'évolution de l'entrepreneuriat et du secteur privé en Algérie. En effet, elle possède en matière de la création d'entreprises une expérience particulièrement intéressante qu'elle a acquise tout au long des quatre dernières décennies. Il s'agit d'une expérience intervenue dans un pays qui a hérité à l'indépendance d'un nombre peu significatif d'entreprises gérées par des nationaux et qui fut donc à ses débuts un moment de véritable apprentissages pour les créateurs d'entreprises et les institutions d'appui ; cette expérience se déroula en deux phases assez bien délimitées dans le temps :

1.1.1. L'entrepreneur de l'Algérie indépendante :

1.1.1.1. Les décennies 60-70 : La création d'entreprise ou l'Etat entrepreneur

Juste après l'indépendance, l'Algérie s'est engagée dans un ambitieux programme de développement visant à assurer la transformation locale des richesses et à accroître leur utilisation à l'intérieur de l'économie. L'objectif principal de la politique de développement suivie est de transformer l'économie algérienne en y implantant une industrie de base, en procédant à des transformations des rapports de propriété au sein de l'agriculture et en maîtrisant le commerce extérieur à l'aide des instruments de l'Etat.

L'Etat comme instrument de réalisation et de réussite du projet du développement économique et social se voit confier trois fonctions essentielles : une fonction économique en tant que « grand entrepreneur » devant mettre en place et conduire une économie étatique moderne ; une fonction sociale redistributive faisant de lui un Etat-providence et enfin une fonction de socialisation et de disciplinarisation du citoyen et de la société.

Pendant toute la période (1962-1989) une rapide revue de l'histoire économique et politique, nous rappelle un système politique basé sur un parti unique et un modèle économique centralement dirigé. L'Etat a été pendant plus de 30 ans le principal

¹⁰⁹ MELBOUCI. L, (2008), op.cit

entrepreneur et employeur, Il s'impose ainsi comme propriétaire du patrimoine des entreprises et responsable de leur création mais aussi de leur gestion. Pour assurer son contrôle sur la gestion de ses entreprises, l'Etat a mis en œuvre des dispositifs multiples. Il assume également les résultats de leur gestion comme on peut l'observer à travers les nombreuses opérations répétées d'assainissement financier prises en charge par le Trésor public durant cette période et destinées à rétablir les équilibres financiers de ces entités en déficit chronique.

L'entrepreneur privé de son côté était vu comme « un profiteur » et était accusé d'appartenir à une classe de bourgeoisie exploiteuse (charte nationale de 1976). Pour lutter contre toute forme d'exploitation, l'Etat algérien a limité le champ de l'entrepreneuriat privé. Les entrepreneurs ne doivent investir que dans des activités complétant celles des grandes entreprises d'Etat. La taille de leur affaire ne doit pas dépasser le seuil d'une entreprise moyenne (les codes d'investissement, 1963, 1966 et 1982).

Il est évident de signaler que l'entrepreneur, même s'il n'a pas été écarté de l'activité économique durant cette période, était encadré par un environnement spécifique : marché non concurrentiel, prix fixés administrativement, monopole d'Etat, bureaucratie (bancaire et administrative) pesante et corruption touchant les différentes sphères de l'économie.

1.1.1.2. Les décennies 80-90 : désengagement de l'Etat et l'essor de l'entreprise privée

Début des années 80, le processus de désengagement de l'Etat a ouvert la porte à l'émergence et au renforcement du secteur privé qui jusque-là était principalement concentré dans trois branches : l'industrie alimentaire, le textile et les matériaux de construction.

La loi de 1982 relative à l'encouragement et à l'investissement privatif vise à insérer davantage le secteur privé dans le système de planification nationale et lui faciliter notamment l'accès au crédit et aux importations.

Toutefois, vu les événements environnementaux internes et externes, l'Algérie a brusquement rompu avec son système économique ; elle se lance, à la fin des années 1980, dans la mise en place d'une nouvelle organisation axée sur le marché. Là il y a lieu de s'interroger sur la nouvelle vision de l'entrepreneuriat algérien.

1.1.2. L'entrepreneur de l'Algérie en transition vers l'économie de marché :

La décennie 1990 marque inéluctablement un tournant dans le processus de libéralisation de l'économie algérienne. En effet, après l'échec du socialisme et les déficits de la plupart des grandes entreprises d'Etat, l'Algérie lance de grandes réformes pour instituer l'économie de marché, un arsenal juridique considérable a été développé notamment au cours de l'année 1990 pour asseoir les bases d'une telle transformation : libération des prix (loi 90 -01 du 14 avril 1990 sur la monnaie et le crédit, loi de février 1990 sur la fixation des salaires sur une libre négociation salariés - employeurs), abolition du monopole sur le commerce extérieur, ouverture du capital de certaines entreprises publiques à des actionnaires privés (ordonnance 95-22 du 26 août 1995, ordonnance 97 – 12 du 19 mars 1997) et création d'un marché financier en 1996.

D'un autre côté, l'Etat a entrepris sous la pression des institutions monétaires internationales (FMI, banque mondiale,...) d'encourager l'investissement privé en lui facilitant l'accès au crédit et en desserrant l'étau bureaucratique qui pèse lourdement sur son développement. Ainsi, le nouveau dispositif législatif et réglementaire garantit plus de liberté aux entreprises privées et aux entrepreneurs en prenant soin de les orienter vers une dynamique beaucoup plus productiviste que spéculative.

L'Etat vise l'entrepreneur comme acteur principal du développement économique de la nouvelle orientation. Désormais, l'entrepreneur est mis au centre de la réflexion pour l'élaboration des politiques de développement. Plusieurs institutions ont vu le jour rien que pour aider l'entrepreneur à créer et accroître son affaire. A titre d'exemple, l'Etat a adopté en 2003 une action pour promouvoir et relancer le secteur de l'artisanat.

Dans cette phase de transition, l'Etat algérien continue d'assurer un rôle incitatif par l'intermédiaire de l'Agence de promotion et de soutien à l'investissement (APSI)¹¹⁰ qui, grâce aux différents avantages fiscaux qu'elle accorde aux nouveaux entrepreneurs, a entraîné un mouvement important de création de petite et moyenne entreprise.

Avec la montée du chômage plus récemment surtout les jeunes moins de 30 ans (qui représentent près de 70% de la population) a suscité la création d'aides financières

¹¹⁰ APSI, Agence pour la promotion et soutien à l'investissement créée en 1994 et remplacée en 2001 par l'ANDI, Agence Nationale pour le développement de l'investissement.

incitatives à la création d'entreprises développées en leur direction dans le cadre de l'Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ).

Il reste à signaler qu'il existe un décalage entre les textes et lois réglementaires encourageant la liberté d'entreprendre et leur mise en œuvre. Cela rend le niveau structural où œuvre l'entrepreneur pesant et contraignant.

1.1.3. Regain d'intérêt pour la petite entreprise en Algérie :

La période allant de l'indépendance jusqu'à la fin des années 80, le petit entrepreneur ou l'artisan de la période coloniale va céder brutalement la place au manager comme figure emblématique de la grande organisation industrielle, centralisée et bureaucratisée. Désigné par décret présidentiel, le manager ou le PDG de la grande entreprise publique est fasciné par deux choses : le gigantisme industriel et le pouvoir. Il met tout son énergie à développer l'entreprise non pas dans un souci de rationalisation de l'organisation du travail, mais dans l'objectif d'asseoir son pouvoir et élargir ses réseaux clientéliste. Peu importe si l'entreprise est rentable ou pas.

Les restructurations économiques du secteur public devront mettre un terme aux privilèges et aux pratiques des managers qui doivent désormais rendre compte de leur gestion. Mais, le manque de souplesse de la grande organisation, du fait de son gigantisme et de sa dérive technocratique, bureaucratique et clientéliste, fait qu'elle a du mal à s'adapter aux aléas économiques. Cet intérêt récent des pouvoirs publics en Algérie pour l'entrepreneur, qu'on ne cesse de présenter comme le nouvel héros d'une économie en transformation, une sorte de modèle social pour des populations en quête de promotion sociale, se comprend mieux.

L'assouplissement de la législation qui a été graduellement entamé à partir de 1988 par la loi 88-25 du 19/07/1988 qui a libéré le plafond de l'investissement privé et a ouvert à ce dernier d'autres créneaux. De ce fait le nombre des PME/PMI privées est passé à 19 843 entreprises.

L'autorisation aux investissements étrangers a été mise en place à partir de 1990 par la loi 90-10 du 14/04/1990 relative à la monnaie et au crédit, puis avec le décret n° 91-37 de la 19/02/1991, portant libération du commerce extérieur, le nombre d'entreprises privées a atteint 22 382 entreprises en 1992.

L'année d'après d'autres mesures d'encouragement et d'appui aux PME/PMI par la création de plusieurs institutions de soutien et d'accompagnement, et jusqu'à 2002 en dénombre 188 564 PME/PMI qui emploient 731 082. Aujourd'hui, la création de la TPE/PME/PMI occupe une position de premier plan dans le processus de développement algérien, ce qui explique un phénomène démographique important dépassant la barre de 606 737 entreprises en 2010¹¹¹.

1.2. Evolution des politiques publiques en faveur de l'entrepreneuriat en Algérie et le rôle de l'Etat :

En ce qui concerne les politiques de promotion des investissements, trois périodes sont à distinguer:

1.2.1. La période de 1962 à 1982 :

Comme l'avait signalé Hernandez (2002)¹¹², on constate que durant la période d'économie dirigée, l'État n'a pas joué un rôle actif, il était « proscripteur ». Favorisant la réglementation au lieu de l'incitation. D'ailleurs, les politiques incitatives et/ou dissuasives pour orienter l'initiative privée étaient insuffisantes, pour la faire déplacer tant dans l'espace que dans la branche. Du reste, ces programmes en limitant son développement dans les sphères productives, l'ont dirigé de façon indirecte vers les sphères spéculatives, lui assurant des gains considérables. Bien que l'État fût programmeur et prospecteur en publiant des plans de développement quadriennaux et même quinquennaux, il n'est pas parvenu à leur réalisation par manque de souplesse, en conséquence il était incapable de s'adapter aux situations conjoncturelles. Et malgré qu'il fût le premier investisseur et le principal promoteur, il n'a pas pu être producteur vu que les entreprises publiques étaient dans leurs majorités défaillantes et les PME privées soutenues se sont orientées vers la spéculation.

Cependant, durant la période de la planification centrale l'économie algérienne était complètement étatisée et caractérisée par un interventionnisme étatique très élevé. La grande entreprise publique occupait une place importante dans la stratégie

¹¹¹ Ministère de l'Industrie, de la Petite et Moyenne Entreprise, et de la Promotion de L'investissement, bulletin d'information, statistiques n° 17, 1er semestre 2010.

¹¹² HERNANDEZ, E.M : « De nouvelles règles pour entreprendre », Revue problèmes économiques, n° 2764, 2002.

de développement. La PME (les PME privées étaient minoritaires) a été reléguée au second rang et cantonnée dans des activités périphériques.

C'est un système hyper-centralisé non flexible à l'opposé d'une économie qui permet la « destruction créatrice » dont parlait Schumpeter. Cette représentation de l'industrialisation du haut vers le bas s'est distinguée par une faiblesse de la dynamique entrepreneuriale favorisant des entreprises à très faible productivité, assistées par la rente pétrolière.

Toutefois, de 1962 à 1982 : Cette période fut celle de la limitation de l'entreprise privée. A la base de cette réalité plusieurs mesures sont à retenir :

- 1962 à 1966 : nationalisation de nombreuses entreprises privées à capitaux étrangers ou nationaux, dans tous les secteurs économiques (industrie, agriculture, commerce et services).
- 1963 : promulgation du premier code des investissements, destiné surtout à attirer l'investisseur étranger. Il n'a que peu d'effets dans l'attraction du secteur privé en raison tant de ses dispositions restrictives que de climat politique prévalant.
- 1966 : adoption d'un nouveau code des investissements qui lui aussi n'est suivi que par un nombre insignifiant de projets privés agréés.
- 1976 : adoption par referendum de la charte nationale dont les dispositions viennent entériner la position politique restrictive à l'égard de l'entreprise privée dont l'existence ne peut être acceptée que dans sa forme non exploiteuse.

Durant cette période, l'entreprise privée continue cependant à se développer par ses propres moyens (crédits bancaires très sélectifs et aides de l'Etat inexistantes), dans l'industrie manufacturière et le bâtiment tout en demeurant de dimension limitée.

1.2.2. La période de 1982 à 1993 :

Les pouvoirs publics ont tenté de repenser le secteur public de manière à ce que d'une part, les entreprises privées ne se trouvent pas en situation juxtaposée aux entreprises publiques et d'autre part, pour que le secteur public de son côté, soit capable d'exiger sa logique de fonctionnement au secteur privé tout en préservant sa

position de monopole. L'entrepreneuriat privé se voit promu surtout à partir de 1982, dont le but principal est la recherche d'une certaine complémentarité avec le secteur public.

Sur le plan réglementaire avec l'avènement d'une nouvelle direction politique dans le pays en 1979, l'entreprise et l'entrepreneuriat privés vont connaître les premières ouvertures destinées d'abord à la réhabiliter puis à promouvoir son développement :

- 1982 : loi 82-11 instituant un agrément préalable et obligatoire à tout projet d'investissement privé. Cette loi est accompagnée d'un discours politique nouveau nettement plus favorable au secteur privé. Tout en contenant de nombreuses limitations comme un plafonnement aux investissements autorisés, ce texte constitue la première ouverture significative de la politique économique sur l'initiative privée.

Le nouveau code des investissements ainsi adopté est accompagné de la création d'un « Office national chargé de l'orientation, du suivi et de la coordination des investissements économiques privés nationaux (OSCIP) ».

- 1982 : loi 82-13 relative à la constitution et au fonctionnement des sociétés d'économie mixte, permettant l'association des entreprises publiques algériennes à des investisseurs étrangers dont la participation est toutefois limitée à 49%.
- 1988 : loi 88-25, qui vient se substituer à la loi 82-13 en clarifiant les modalités d'orientation des investissements privés.
- 1990 : loi 90-10 relative à la monnaie et au crédit, qui, en matière d'investissement privé, introduit pour la première fois le principe de la liberté de l'investissement étranger en Algérie et institue le Conseil de la monnaie et du crédit en le chargeant de la mission d'agréer les projets d'investissement, publics ou privés.

1.2.3. La période de libéralisation 1993 à 2010 :

La période de libéralisation a été marquée dès le début de la décennie quatre vingt dix par l'application des réformes économiques (réformes fiscales, réformes bancaires, libéralisation des prix, libéralisation du commerce extérieur). Ces dernières convergeaient vers un certain libéralisme réclamant davantage d'État facilitateur et accompagnateur de l'initiative privée. L'entrepreneuriat privé s'est vu reconnaître un rôle essentiel dans la relance de l'économie nationale. Les pouvoirs publics ont sensiblement élargi le cadre institutionnel (Décret législatif, 1993) qui avantage ses activités.

En effet, en 1993, les pouvoirs publics, dans le cadre des réformes économiques déjà largement avancées vers l'instauration des règles du marché, adoptent le décret législatifs 93-12 relatif à la promotion de l'investissement. Ce nouveau code met définitivement le privé sur le même pied d'égalité que l'investissement public et assure la liberté d'investir à tout promoteur privé national ou étranger. Ce texte prévoit également l'institution d'une Agence de promotion, de soutien et de suivi des investissements (APSI).

Ce nouveau code des investissements a de plus introduit les garanties attendues de l'investisseur privé, en particulier étranger, sur la non-discrimination, la sécurité juridique et le règlement des différends. Ce choix stratégique de développement de l'esprit d'entreprise comme une option de rupture, s'inscrit dans l'objectif de diversifier les sources de croissance en exportant hors hydrocarbures. Cette volonté est confirmée par le nouveau rôle de l'État facilitateur et accompagnateur de l'initiative privée et par les moyens mis en œuvre pour atteindre des objectifs qualitatifs.

Dans ce sens, dès le début de la décennie 2000, le cadre législatif et réglementaire a été renforcé dans l'objectif de relancer de l'investissement. Il précise toutes les garanties attribuées aux investisseurs en mettant en place un dispositif d'incitation qui change selon la localisation et la nature de l'investissement. La loi d'orientation sur la promotion de l'entrepreneuriat privé promulguée le 12 décembre 2001 par l'ordonnance 01-03 est venue amender le décret exécutif ci-dessus en remplaçant l'APSI par l'ANDI (Agence nationale de développement industriel) appelée à s'implanter progressivement dans les 48 wilayas du pays et en privilégiant dans ses mesures les grands projets.

Elle élimine toute différenciation entre investissement public et investissement privé. Elle étend le concept d'investissement à ceux réalisés en concession et/ou en licence, aux prises de participation dans une entreprise lorsqu'il y a apport en numéraire ou en nature, et aux reprises d'activités dans le cadre d'une privatisation. Cette loi fixe les mesures d'aide et de soutien à leur développement. Elle détermine et établit, les mesures de facilitation administrative qui sont susceptibles d'être mises en œuvre dans la phase de création d'entreprises. Pour éviter l'attribution automatique des avantages, elle prévoit un régime général relatif aux investissements courants en dehors des zones dont le

développement nécessite une intervention particulière de l'État et un régime dérogatoire pour les investissements dans les zones à développer et ceux soumis à convention.

1.3. La liberté entrepreneuriale et création d'entreprise par les jeunes :

1.3.1. La liberté entrepreneuriale en Algérie :

La liberté d'entreprendre est sérieusement entravée en Algérie pour des raisons de bureaucratie, de corruption, de taxation élevée et d'un cadre juridique difficile. Selon le rapport Doing Business 2008 de la Banque mondiale l'Algérie est classé à la 132^e place, loin derrière les pays développés à l'instar du Canada et de la France, qui sont respectivement à la 8^{ème} au 32^{ème} rang.

Pire, l'Algérie, ces dernières années, est classée parmi les dernières en matière de réformes dans la zone MENA. Par exemple, démarrer une nouvelle affaire en Algérie nécessite en moyenne 24 jours supposant 14 procédures. La bureaucratie est devenue à tel point flagrante que 40 % des entreprises ne trouvent pas de terrains fonciers pour la réalisation de leurs projets. La corruption a atteint des seuils intolérables puisqu'elle affecte sérieusement la bonne gouvernance en Algérie. Malgré la loi n° 06/01 du 20/02/2006 relative à la « prévention et lutte contre la corruption », les scores du niveau de corruption obtenus par l'Algérie reste très faible. L'indice de perceptions de la corruption (IPC) pour 2008, calculé par Transparency International, est de 3,2 sur une échelle de 10. A titre de comparaison il est de 8,7 au Canada et de 6,9 pour la France.

La pression fiscale en Algérie est des plus élevée de la zone MENA. Selon le rapport de la Banque Mondiale l'imposition touche 74,2% des bénéfices des entreprises! Ce taux est aberrant pour une économie dépendante des recettes pétrolières. Le budget de l'État est majoritairement financé par les recettes pétrolières alors que la fiscalité ordinaire n'arrive même pas à couvrir le budget de fonctionnement. Le cadre juridique est moyen et peu propice aux affaires. Le rapport Doing Business 2008 confirme la médiocrité du cadre juridique puisque la note attribuée à l'Algérie, en termes de protection des investisseurs, est de 5,3 sur une échelle de 10.

1.3.2. Chômage et la création d'entreprise par les jeunes en Algérie :

En âge d'entrer dans la vie active et de gagner leur vie, les jeunes sont les premiers touchés par le chômage et le sous-emploi, ils sont les plus vulnérables. Après avoir cru en la course aux diplômes, nombre de jeunes se retrouvent au terme de leurs études sans perspectives sur un marché du travail fermé. D'autres, les plus nombreux, déscolarisés ou non scolarisés, n'ont accès qu'à des activités de survie, peu rémunératrices et au caractère plus ou moins légal.

Dans tous les cas, les jeunes n'ont pas de perspectives à long terme. Ils vivent au jour au risque d'être tentés ou entraînés dans des activités illégales, dans la délinquance.

L'intérêt des pouvoirs publics algériens pour la création d'entreprise est apparu comme une alternative à la relance des investissements et à l'essoufflement du modèle d'industrialisation de base attesté par l'effondrement du secteur économique public ; et comme un instrument efficace pour créer des emplois, lutter contre la pauvreté et pour aider certains segments de la population à se prendre en charge.

En effet, malgré sa baisse (passant de 28% en 1996 à 23,70% en 2003, 15,3% en 2005 et à 10.2% en 2010)¹¹³, le taux de chômage reste toutefois la principale cause de précarité. Il avoisinait le quart de la population active. Cette situation dramatique touche aussi bien une population jeune qui arrive sur le marché de l'emploi et qui ne trouve pas de travail après l'obtention des diplômes (Le chômage touche principalement les jeunes. En effet, près de trois chômeurs sur quatre (73,4%) sont âgés de moins de 30 ans selon les données fournies par le CNES), des demandeurs d'emplois sans qualification, des cadres mis au chômage (compression du personnel) ou à la retraite anticipée.

1.3.3. La création d'entreprises et la politique de soutien à l'emploi des jeunes :

Conscient de l'importance des jeunes et des PME, le gouvernement algérien a mis en place un dispositif d'aides variées aux jeunes créateurs de PME.

Les programmes d'assistance à l'entrepreneuriat des jeunes ne datent pas d'aujourd'hui. A contrario, les pouvoirs publics algériens ont toujours mis en œuvre des mesures pouvant soutenir et développer l'esprit d'entreprise.

¹¹³ ONS, (2010), op.cit

La création de PME par les jeunes bien qu'accentuée par ce dispositif d'aides riche et varié, pose un certain nombre d'obstacles aux jeunes lauréats. Ces contraintes sont liées d'un côté à l'environnement externe hostile à la création à savoir le financement, la lourdeur et complexité administrative, la réglementation non adaptée...etc. ; et de l'autre côté les contraintes internes inhérentes aux capacités managériales expliquées principalement par le manque de formation tant à l'esprit d'entreprise qu'à la gestion et l'absence d'accompagnement en termes d'assistance et de conseil.

Il n'est pas sans intérêt de souligner que le gouvernement algérien a entrepris bien de mesures depuis le début de 2000 dans le sens de combler les insuffisances apparentes du dispositif d'aides spécifiques aux jeunes créateurs de PME.

Ainsi, la création d'entreprise en Algérie est devenue un moyen de création d'emplois et de lutte contre le chômage. La fonction de l'entrepreneur est créée par la contrainte sociale. Pour bon nombre de créateurs, l'objectif principal visé n'est pas l'entreprise capitaliste classique, mais simplement un moyen d'accroître les revenus et de procurer des emplois aux membres de la famille, c'est presque un "entrepreneuriat de survie".

Pour les sans emplois, qui n'ont pas réussi à intégrer la haute sphère administrative et politique dont rêvent tous les jeunes, la création de son propre emploi est vécu comme un échec social. Ainsi donc, la création d'entreprise constitue une forme de lutte contre la précarité. Par conséquent, l'entrepreneuriat en Algérie est un entrepreneuriat de nécessité et non d'opportunité.

Quantité d'individus créent une entreprise par défaut pour échapper au chômage et non en réponse à un véritable besoin d'indépendance pour valoriser une invention dont ils sont les créateurs.

Enfin, il est bon de signaler que l'entrepreneuriat en Algérie relève d'une forme d'auto emploi, ce que les américains appellent le "self-employment" c'est à dire qu'une personne n'a finalement pas d'autre choix que de créer son propre emploi.

Section 2 : La petite entreprise et son financement en Algérie :

2.1. Définition de la PME/PMI selon la loi algérienne :

La petite et moyenne entreprise/petite et moyenne industrie est définie quel que soit son statut juridique; comme étant une entreprise de production de biens ou/et de services¹¹⁴:

- Employant une (01) à (250) personnes;
- Dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 02 milliards de dinars ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 500 millions de dinars;
- Et qui respecte les critères d'indépendance.

Au titre de la présente loi, il est entendu par :

1. Personnes employées : le nombre de personnes correspond au nombre d'unités de travail-année (UTA), c'est-à-dire au nombre de salariés employés à temps plein pendant une année. Le travail partiel ou le travail saisonnier étant des fractions d'Unité de Travail-Année.

L'année à prendre en considération est celle du dernier exercice comptable clôturé.

2. Seuils pour la détermination du chiffre d'affaires ou pour le total du bilan ceux afférents au dernier exercice clôturé de douze mois.

3. Entreprise indépendante : l'entreprise dont le capital n'est pas détenu à 25% et plus par une ou plusieurs autres entreprises ne correspondant pas à la définition de la PME/PMI.

Art. 5- La moyenne entreprise est définie comme une entreprise employant 50 à 250 personnes et dont le chiffre d'affaires est compris entre 200 millions et 02 milliards de dinars ou dont le total du bilan annuel est compris entre 100 et 500 millions de dinars.

Art. 6- La petite entreprise est définie comme une entreprise employant de 10 à 49 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 200 millions de dinars ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 100 millions de dinars.

Art. 7- La très petite entreprise (TPE), ou micro entreprise est une entreprise employant de 01 à 09 employés et réalisant un chiffre d'affaires inférieur à 20 millions de dinars ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 10 millions de dinars.

Le tableau suivant récapitule les caractéristiques de chaque type selon la taille de l'entreprise.

¹¹⁴ La loi d'orientation sur la promotion de la PME n° 01-18 du 12.12.2001, Ministère de PME et de l'Artisanat.

Tableau n°3 : La typologie des PME/PMI.

Entreprise	Effectifs	Chiffre d'affaires (D.A)	Total bilan (D.A)
Très petite	1-9	< 20 millions	< 10 millions
Petite	10-49	< 200 millions	< 100 millions
Moyenne	50-250	200 millions – 2 milliards	(100 – 500) millions

Source : Loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise/petite et moyenne industrie; décembre 2001.

2.2. Évolution des petites entreprises en Algérie :

La date de 1988 pour l'économie algérienne, constitue la période de transition vers une économie de marché, ce changement l'a conduit à établir des relations avec des institutions internationales telles que le Fond Monétaire International (FMI) et la Banque Mondiale pour atténuer la crise de ses dettes et pour pouvoir appliquer un régime de politiques monétaires, financières et commerciales, qui lui a dicté la privatisation de nombreuses entreprises publiques, une procédure qui a contribué au lancement et au développement des PME/PMI. L'Etat a mis en place un nouveau cadre législatif et des réformes de redressement économique, tel le nouveau code de la promotion de l'investissement promulgué le 05/10/1993, ce code a eu pour but :

- La promotion de l'investissement ;
- L'égalité entre les promoteurs nationaux privés et étrangers ;
- Réduction des délais d'études des dossiers ;
- Remplacement de l'agrément obligatoire par une simple déclaration pour investir.

Les résultats satisfaisants ont poussé l'Etat a promulgué en 2001, l'ordonnance relative au développement de l'investissement (Ordonnance N° 01/03 du 20/08/2001) et la loi d'orientation sur la promotion de la PME/PMI (Loi N° 01/18 du 12/12/2001). Cette procédure a fixé des mesures de facilitations administratives dans la phase de création de l'entreprise, ainsi que la création d'un Fonds de Garantie des prêts accordés par les banques en faveur des PME/PMI, la création du Conseil National de l'Investissement (CNI), et la suppression de la distinction entre investissements publics et investissements privés.

A partir de 2000, le poids de la PME/PMI a nettement augmenté, le nombre a plus que doublé, et la densité a presque quadruplé. Les statistiques disponibles indiquent que plus de la moitié des PME/PMI ont été créés entre 2001/2007, suite à la loi d'orientation sur les PME de 2001, soit 212 120 entreprises. A la fin de 2010 le nombre des PME/PMI privées a connu une évolution remarquable, et a enregistré le nombre de 398 788 entreprises, alors qu'on début de 2003 elles étaient à 207 949 entreprises. Contrairement au nombre des PME/PMI publiques qui a enregistré une diminution de 228, en 07 années. Par contre le total des artisans durant 07 années, a connu une augmentation nette et a passé de 79 850 entreprises artisanales en 2003 à 162 085 entreprises à la fin de 2009¹¹⁵.

En matière de densité, le secteur enregistre un taux de dix PME/PMI pour mille habitants (10/1000), un taux qui reste très loin des normes internationales ou le taux le plus faible est de l'ordre de quarante-cinq PME/PMI pour mille habitants (45/1000). Des statistiques plus détaillées sur l'évolution du secteur PME/PMI sont mentionnées dans le tableau suivant :

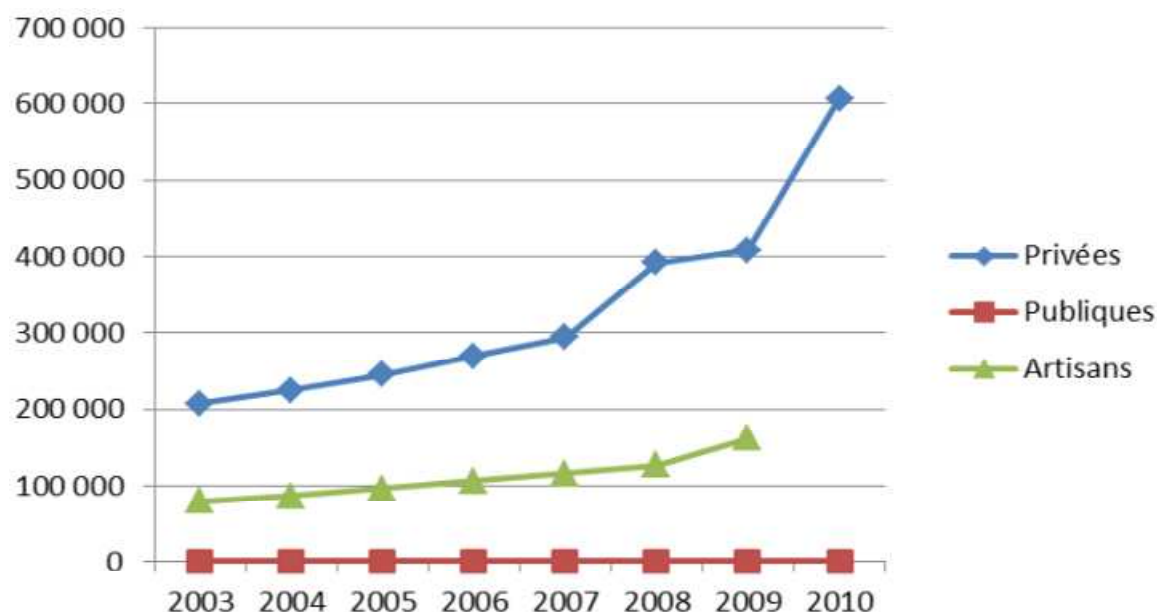
Tableau n° 4 : Evolution des PME/PMI en Algérie de 2003 à 2010.

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Privées	207.949	225.449	245.842	269.806	293.946	392.013	408.155	606.737
Publiques	788	788	874	739	666	626	598	560
Artisans	79.850	86.732	96.072	106.222	116.347	126.887	162.085	-----
TOTAL	288.587	312.959	342.788	376.767	410.959	519.526	570.838	607.297

Source : Direction des systèmes d'information et des statistiques, ministère de l'industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement.

¹¹⁵ Ministère de la Petite et Moyenne Entreprise, et de l'Artisanat, bulletin d'information, statistiques n° 15, 1er semestre 2009.

Figure n°12 : Evolution des PME/PMI en Algérie durant 2003-2010.



2.3. Importance et rôle des PME/PMI pour le développement économique algérien :

Nul ne peut nier le rôle et l'importance de la PME/PMI dans toutes les économies, car elle permet et contribue à la croissance et au développement économique, par:

- La création d'emplois ;
- La création de la valeur ajoutée ;
- La participation à la distribution des revenus.

2.3.1. La création d'emploi :

La tendance constatée ces dernières années dans l'évolution du taux de chômage en Algérie continue à s'inscrire globalement à la baisse, en raison de la contribution du secteur PME/PMI à créer de l'emploi, plus particulièrement par le secteur privé et les artisans. Ainsi, les données des taux de chômage en Algérie ont connus un déclin durant les deux années successives 2005/2006 de 15,3% à 12,3%, par contre ce taux a enregistré une légère augmentation de 1,5% en 2007¹¹⁶.

¹¹⁶ Nations Unies, Commission Economique pour l'Afrique, Bureau pour l'Afrique du Nord, XXIIIème réunion du Comité Intergouvernemental d'experts (CIE), Rabat (Maroc), 10-13 mars 2008.

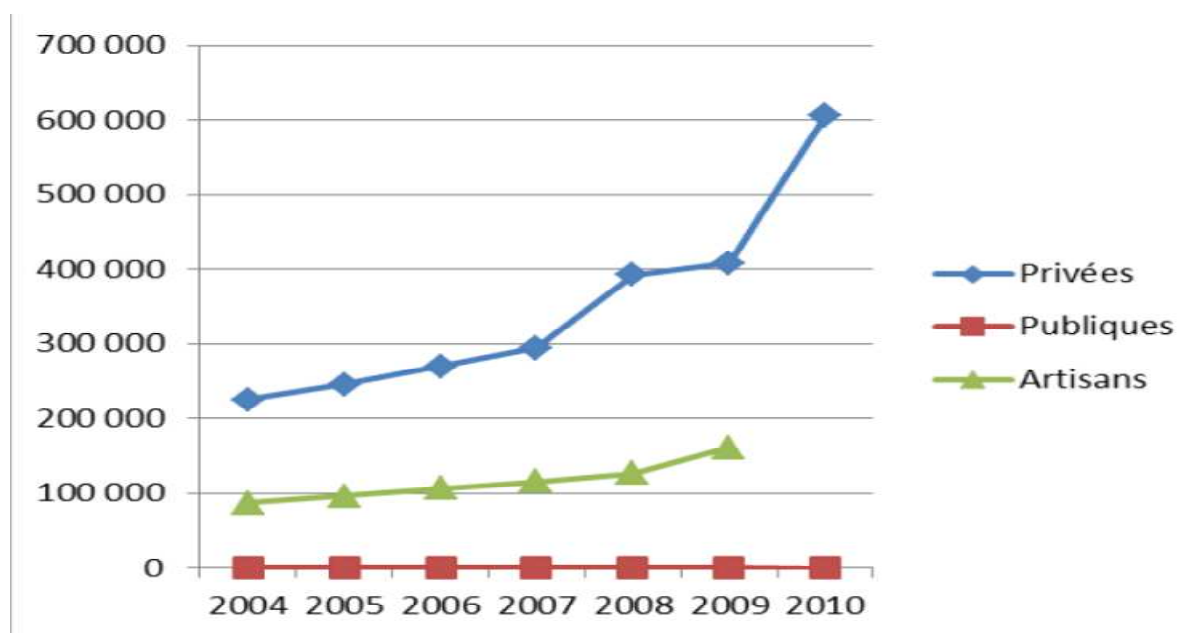
Le dynamisme économique est dû principalement à des investissements dans le domaine de l'industrie, il se trouve devant plusieurs contraintes à savoir le manque de ressources financières, coûts élevés, centralisation de l'industrie, etc. Pour surmonter ces difficultés, il est judicieux de créer de petites filiales liées aux grandes entreprises, et faire appel à la sous-traitance, cette opération permettra de construire plusieurs unités pouvant répondre à la demande progressive de l'emploi, en créant des postes permanents à moindre coût. L'Algérie comme beaucoup d'autre pays, a pris conscience de l'importance des PME/PMI et son apport important pour l'emploi, et a réalisé des parts considérables sur ce plan comme le montre le tableau suivant :

Tableau n°5 : Evolution des emplois PME/PMI en Algérie durant 2004/2010.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Privées	225 449	245 842	269 806	293 946	392 013	408 155	606 737
Publiques	778	874	739	666	626	598	560
Artisans	86.732	96.072	106.222	116.347	126.887	162.085	-----
Total	312 959	342 788	376 767	410 959	519 526	570 838	607 297

Source : direction des systèmes d'information et des statistiques, ministère de l'industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement, 2010.

Figure n°13: Evolution des emplois Pme/PMI en Algérie durant 2004/2010.



2.3.2. La création de la valeur ajoutée :

La valeur ajoutée se mesure par la différence des biens qu'elle vend et ce qu'elle a dû acheter pour produire ces ventes. En 1994, la valeur ajoutée du secteur public était de 617,4 milliards de dinars représentant 53,5 % du total national, alors que celle dégagée par le secteur privé avec 1 178 milliards de dinars soit 46,5 % du total national.

A partir de 1998, les parts respectives se sont inversées faisant passer en tête le secteur privé avec 1 178 milliards de dinars soit 53,6 % et 1 019,8 milliards de dinars soit 46,4 % pour le secteur public. Par ailleurs, Il est à noter que plus de 65 % de la valeur ajoutée et de l'emploi des pays développés provient des PME/PMI. Une politique économique en vue de la constitution, de la promotion et des redéploiements des PME/PMI est incontournable dès lors que l'on aspire au développement.

2.3.3. La distribution des revenus :

La valeur ajoutée créée par chaque PME/PMI recouvre l'ensemble des rémunérations des services qui ont été rendus au cours du processus de production et au fonctionnement des administrations. La valeur ajoutée servira à :

- Rémunérer les services, force de travail, capital, moyens financiers (il s'agira alors des salariés, de dividendes ou d'intérêts).
- Contribuer au fonctionnement des administrations en particulier en versant des impôts.

Il est clair donc que l'entreprise quelle que soit sa taille, en créant de la valeur ajoutée et en redistribuant ce surplus sous des formes diverses aux autres agents, remplit un rôle essentiel dans l'activité d'un pays. Il faut aussi préciser que ses fonctions de nature strictement économique ne sont pas les seules que l'on attribue à cette catégorie d'entreprise, de plus en plus, et du fait de son importance dans les sociétés modernes, d'autres missions lui sont attribuées : sociales, humaines et culturelles...

2.4. Le rôle du secteur financier dans la création d'entreprise en Algérie :

La caractéristique essentielle du secteur financier en Algérie est un secteur public, où l'on trouve le financement des très petites entreprises quasi inexistant. Et portant, dans l'ordonnance 03-11 relative à la monnaie et le crédit, il n'existe pas d'obstacles majeurs au

développement de systèmes financiers inclusifs, tout particulièrement s'agissant de la création d'établissements financiers spécialisés dans le crédit destinés au financement des TPE.

En effet, l'Etat algérien doit garder un rôle déterminant dans la valorisation et coordination des dispositifs publics d'aide à la création d'entreprise (ANSEJ, ANGEM, CNAC,...) qui sont importants pour appuyer la création d'entreprise, susciter l'entrepreneuriat en Algérie et préparer la bancarisation de masse.

2.4.1. Le secteur financier algérien :

Il a été constaté que le secteur financier algérien, ne contribue pas d'une façon suffisante au financement de la croissance et aux besoins des agents économiques.

Le marché de financement des petites entreprises productives et commerçantes, reste quasiment vierge puisqu'il n'existe pas de financement destiné au TPE. Néanmoins, il convient de distinguer le financement des TPE, des dispositifs d'aide à la création d'entreprises, au moyen d'actions coordonnées d'accompagnement des porteurs de projet et d'apport financier (généralement un crédit à taux bonifié). Ces dispositifs interviennent essentiellement au moment de la création de l'entreprise et conjugue financement et assistance technique. Le volet financier se concentre sur le financement de l'équipement par un crédit à moyen terme ou long terme.

A l'heure actuelle, les banques apparaissent ne pas avoir les instruments adaptés ni la volonté stratégique de pénétrer le segment de financement de la petite entreprise (TPE). Il existe trois dispositifs publics d'aide à la création des petites entités en convention avec les banques publiques, une association et un réseau mutualiste en expansion assurent l'offre de financement des TPE.

2.4.1.1. Les structures publiques d'aide à la création d'entreprises :

Dans sa démarche de lutter contre le chômage par la promotion de la petite entreprise privée, les pouvoirs publics ont mis en place, au travers d'agences et publiques, trois dispositifs essentiels d'appui et d'accompagnement à la création de petites entreprises.

Ces dispositifs varient en termes de montant de crédit, la population ciblée et d'objectif social visé par l'Etat¹¹⁷, mais fonctionnent tous selon le même type d'organisation.

¹¹⁷ L'ANGEM et l'ANSEJ visent directement la création d'entreprises et la promotion de l'entrepreneuriat, la CNAC vise la réinsertion dans le monde de travail.

Ils comportent un accompagnement de l'entrepreneur, un prêt à taux bonifiés et des exonérations fiscales et parafiscales notamment en faveur du créateur d'entreprise.

Sauf cas particulier, le prêt consenti dans le cadre de ces dispositifs est octroyé et décaissé par le secteur bancaire public, sous convention de partenariat avec chacun des dispositifs, le risque de crédit des banques est minimisé au moyen de fonds de garantie alimentés par le trésor public.

Le secteur bancaire public algérien est composé de six banques et représente 90% des guichets d'agences bancaires dans le pays. Les six banques ainsi que la CNMA participent au financement triangulaire des TPE avec les dispositifs ANSEJ, ANGEM et CNAC sans toutefois disposer initialement d'outils adoptés pour le faire, ce qui a pu amener à des déconvenues lors de l'exécution du premier dispositif public de micro crédit lié à l'ADS.

2.4.2. Très petite entreprise et moyen de financement :

Les besoins de financement recouvrent des dimensions différentes selon le stade d'évolution des TPE et sont similaires dans la plupart des cas, à ceux des autres entreprises de taille importante : besoin de financement à court terme, besoin de financement de démarrage (investissement), besoin de financement à moyen et long terme (croissance).

Les besoins de financement de démarrage varient selon le secteur et la nature de l'activité de l'entreprise, généralement, il inclut l'investissement initial en équipements, le local, les matières premières et dépend du degré de complexité du matériel acquis. Si les besoins de financement restent le problème souvent le plus cité par les créateurs dans tous les pays du Maghreb, l'offre de crédit de la part de l'Etat comme des ONG varie certainement selon les pays.

Comme l'illustre bien cet entretien réalisé par Madoui et Gillet (2005) avec un entrepreneur dans la région de Bejaïa qui insiste sur l'ampleur du problème :

« ...je ne peux compter sur la banque. Vous arrivez avec un dossier bien ficelé, et encore si vous avez la chance d'être reçu, et on vous dit : ah non ! Ce n'est pas possible, nous ne pouvons pas financer ceci ou cela ou bien ils vous demandent des garanties énormes. Non seulement la banque est complètement inadaptée au contexte de l'économie de marché (...). Quand vous allez les voir, vous avez l'impression que ce n'est pas un crédit qu'il va vous

accorder, c'est comme si l'argent sortait de leur poche. Il vous demande des garanties et des hypothétiques qui dépassent le rationnel (...) »¹¹⁸.

D'une manière générale, le financement bancaire, quoique marginal, s'accroît avec la maturité de l'entreprise, une très petite entreprise en croissance jouit d'une certaine connaissance et donne une image de pérennité qui lui facilite la multiplication des sources de financement et l'accès au financement bancaire.

Cette crise de confiance dans les organismes financiers et plus largement dans l'administration incite certains entrepreneurs à recourir à leurs propres systèmes de règles et de normes (financement familial et communautaire).

Cependant, l'autofinancement est largement utilisé dans la majorité des petites entreprises (jusqu'à 80%). Les moyens de financement externes viennent loin derrière.

Les prêts des tiers (famille et amis), de part leur gratuité, sont les plus utilisés (de 10% à 70%) des petites entreprises y ont recours. Le recours à la banque est relativement peu fréquent.

2.4.2.1. La logique bancaire :

Dans le cadre de financement des TPE, les banques justifient leurs réticences à octroyer des crédits pour ce type d'entité par la non rentabilité des prêts de faibles montants au regard des coûts de transactions élevés, le risque important induit par l'asymétrie de l'information et non couvert en l'absence de cautionnement.

En effet, l'asymétrie d'information pendant le déroulement du contrat fait que le banquier n'a aucun contrôle sur l'utilisation effective du prêt octroyé, l'emprunteur pouvant utiliser pour financer un projet plus risqué ou investir plus au moins dans la bonne gestion de son projet réduisant ainsi leur probabilité de remboursement. Les effets de la sélection adverse et du hasard moral, augmentant le nombre d'emprunteurs défaillants et réduisant considérablement les rendements de la banque, les problèmes de sélections adverse et du hasard moral qui débouchent sur un rationnement du crédit.

En l'occurrence, les banques algériennes ne sont pas adaptées à fournir des crédits aux TPE. Elles justifient ça d'une part, elles doivent couvrir les charges générées par le traitement du prêt et d'autre part, il faut qu'elles soient informées de la capacité de remboursement de l'entrepreneur.

¹¹⁸ MADOUÏ. M et GILLET. A : « Crise et mutations du modèle de développement algérien : du gigantisme industriel au développement de la PME-PMI », cahier de recherche Travail et Emploi n°101, janvier-mars 2005.

A contrario, les moyens et techniques utilisés pour garantir la qualité des prêts sont onéreux (contrôle de crédit, évaluation des projets financiers et garanties). Cependant, ces techniques restent inadaptées au TPE de fait que l'évaluation du projet est chère et les TPE par leur caractère ne tiennent pas une comptabilité fiable qui permette de tirer des conclusions sur la bonne marche du projet.

2.4.2.2. Soutien et financement public :

Pour remédier aux carences du marché financier dans le financement des TPE, les pouvoirs publics sont de plus en plus impliqués pour régler les défaillances du système bancaire dans le financement de ce type d'entreprise.

En Algérie, les pouvoirs publics ont mis en place des initiatives diversifiées en faveur des petites et moyennes entreprises. Des réformes institutionnelles, l'abolition du plafond des investissements, des dispositions légales obligeant les banques à s'impliquer dans le financement de la micro entreprise, et d'une façon plus remarquable des initiatives étatiques, en faveur du financement et d'accompagnement des entrepreneurs créateurs des petites entreprises à travers l'intervention de secteur bancaire et des organismes de soutien à cette action (ANSEJ, CNAC, ANGEM).

La panoplie des programmes étatiques de développement a contribué à l'amélioration des conditions de vie des populations défavorables, sans autant remédier au rationnement bancaire. En effet, il a été constaté que seulement 57% des projets déclarés rentables par l'ANSEJ ont bénéficié d'un financement bancaire.

2.4.3. Les difficultés d'accès aux crédits :

Les premières contraintes qui entravent la création et le développement des entreprises sont les difficultés d'accès au crédit et la non disponibilité des fonds.

Cette situation était évoquée par plusieurs entrepreneurs aussi bien en démarrage d'activité ou bien en phase de croissance.

Les entrepreneurs reprochent en permanence aux banques leurs manques d'imagination en terme de produit, leur frilosité en terme de prise de risque et l'opacité dans la décision et la manque d'information.

L'accès au financement est l'obstacle qui revient, souvent, dans le discours des entrepreneurs s'ajoutant au problème de l'apport personnel exigé par les structures d'aides

aux porteurs de projets. En plus de ça, il faut signaler le comportement des banquiers qui accordent des crédits en se basant, souvent sur des critères de confiance et d'affinité (réseau relationnel).

Au total, la complexité du rapport aux institutions financières et aux banques revient comme un leitmotiv dans le discours des entrepreneurs en Algérie. En effet, la plupart des entrepreneurs avancent les lacunes suivantes du système bancaire algérien :

- Produits et outils financiers limités et standard ;
- Couverture géographique insuffisante : soit une agence pour 35.000 habitants ;
- La lenteur des procédures d'octroi de crédit aux porteurs de projet qui dépasse 6 mois ;
- Le refus de financement de certains projets : agricoles notamment et les prêts aux petits projets ;
- Les rigidités des critères et les modalités d'accès aux financements, et ce en dépit de tous les progrès accompli en matière de prestation de service, l'accès au financement de l'investissement reste une procédure très lente et ardue, dépassant souvent une année.

En plus des problèmes précédemment cités les critères de solvabilité et de rentabilité, l'analyse et l'évolution du risque, le respect des règles prudentielles se conjuguent pour rendre difficile sinon impossible l'accès au financement.

Les entrepreneurs voient dans les procédures mises en œuvre pour instruire, traiter, élaborer, conseiller et finaliser un financement sont pénibles voire décourageantes. Ces lourdeurs ouvrent la voie à des comportements contraires à l'efficacité et constituent par conséquent un frein au financement de l'investissement de création d'entreprise.

Section 3 : Les dispositifs et les structures d'aide et d'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie :

La libéralisation de l'acte d'investir a été consacré en Algérie en 2003 par la promulgation du décret législatif du 05/10/1993 relatif à la promotion de l'investissement, il s'agit du premier Code de l'Investissement adoptée dans le sillage des reformes de libéralisation de l'économie nationale (instauration d'une économie de marché).

Ce code se voulait être « *la pierre angulaire de la volonté d'ouverture de l'économie et d'une nouvelle politique de promotion de l'investissement* »¹¹⁹.

Ce nouveau cadre de l'investissement s'articulait autour des éléments suivants :

- le droit d'investir librement ;
- l'égalité devant la loi des promoteurs nationaux privés ou étrangers ;
- l'intervention des pouvoirs publics se limite à l'octroi d'incitations aux investissements, principalement au moyen d'allégement fiscaux prévus par la loi ;
- la création d'une Agence de Promotion de soutien et de Suivi des Investissements (APSI) pour assister les promoteurs dans l'accomplissement des formalités classiques par le biais d'un guichet unique ;
- l'agrément préalable, plus connu par l'autorisation des institutions administratives pour investir, est supprimé, il est remplacé par une simple déclaration ;
- le délai maximal d'étude des dossiers étant fixé à 60 jours ;
- le souci de ne pas imposer des formalités trop lourdes ou complexes pour la réalisation d'un acte d'investissement en Algérie ;
- la clarification, l'affinement et la pérennité des garanties et des encouragements acquis au double plan fiscal et douanier ;
- l'accélération des transferts et de renforcement des garanties, associés au capital investi et aux revenus qui en découlent ;
- la modulation des encouragements accordés aux investissements réalisés en Algérie autour de trois régimes : un régime général, un régime spécifique pour les investissements réalisés dans les zones à promouvoir et un régime spécifique pour les investissements réalisés dans les zones franches.

¹¹⁹ CNES : « Pour une politique de développement de la PME en Algérie » Rapport

Cependant la mise en œuvre de ce code a été rapidement « *confrontée à l'immobilisme de tout un environnement censé être au service de l'investissement. Les lourdeurs bureaucratiques, les problèmes liés à la gestion du foncier industriel, entre autres, ont rendu pratiquement inopérant le dispositif mis en place* »¹²⁰.

Devant les maigres résultats enregistrés les pouvoirs publics ont procédé à la révision de ce code en promulguant en 2001 l'Ordonnance n° 01-03 relative au développement de l'investissement qui demeure à ce jour la principale référence en matière d'investissement en Algérie¹²¹.

3.1. Les organes de promotion et d'accompagnement à la création d'entreprise :

Conscients de l'importance et des enjeux qui l'entourent, les pouvoirs publics ont créé des structures de promotion, de soutien et d'accompagnement des PME/PMI, pour mieux cerner les points de faiblesses qui entravent la survie et le bon fonctionnement de ces entreprises, des centres de facilitation, des pépinières d'entreprises, des sociétés financières spécialisées (SFS), ainsi que la mise en place de multiples instruments fiscaux et financiers, parmi ces diverses institutions et organismes notant:

3.1.1. Le Conseil National de l'Investissement :

Crée avec l'ordonnance 01-03, ce conseil a pour mission de promouvoir le développement des investissements.

Le CNI propose les stratégies et les priorités pour les investissements, et toutes les mesures nécessaires pour encourager et développer le système d'investissements. Il se prononce sur les conventions stipulées entre l'ANDI et les investisseurs et sur les zones qui doivent bénéficier d'un régime d'investissements (Zones à Développer).

Toutes les questions qui se réfèrent à l'application de l'ordonnance 01-03 sont de compétence du CNI, qui fixe aussi le montant du budget à disposition du Fond pour l'Appui à l'Investissement. Le CNI, présidée par le chef de gouvernement, est composée des ministres des Finances, du Commerce, de l'Industrie, des Petites et Moyennes Entreprises, de la Coopération, de l'Environnement, de l'Energie et des Mines, des Collectivités Locales, et le ministre chargée de la réforme des Finances. Le secrétariat est assuré par l'ANDI.

¹²⁰ CNES: op.cit

¹²¹ Internet:http://www.andi.dz/Cadre/ordo_i.htm.

Les principales missions du Conseil National de l'Investissement sont les suivantes :

- proposer la stratégie et les priorités pour le développement de l'investissement ;
- proposer l'adaptation aux évolutions constatées et des mesures incitatives pour l'investissement ;
- se prononcer sur les avantages à accorder au titre des investissements ;
- se prononcer, en liaison avec les objectifs d'aménagement du territoire, sur les zones devant bénéficier du régime dérogatoire ;
- proposer au Gouvernement toutes décisions et mesures nécessaires à la mise en œuvre du dispositif de soutien et d'encouragement de l'investissement ;
- susciter et encourager la création et le développement d'institutions et d'instruments financiers adaptés au financement de l'investissement.¹²²

Il faut savoir que le CNI n'est pas une autorité administrative indépendante et que ses décisions et/ou recommandations ne s'adressent pas directement à l'investisseur mais sont destinées aux autorités en charge de la mise en œuvre des textes sur la promotion de l'investissement, en tout premier lieu l'ANDI.

3.1.2. Le Fond d'Appui aux Investissements :

Le Fond d'Appui aux Investissements est un fonds gérée par l'ANDI, en collaboration avec le CNI que en définit le montant pour la prise en charge de la contribution de l'Etat dans le coût des avantages consentis ; Il a le but de la prise en charge, partielle ou totale, des travaux d'infrastructures. Les projets qui peuvent bénéficier du FAI sont les projets dans les zones à développer et les projets soumis à convention.

Selon l'article 28 de l'ordonnance n°01-03 du 20/08/2001, le fonds d'appui à l'investissement est créé sous forme d'un compte d'affectation spécial.

Ce fonds est destiné à financer la prise en charge de la contribution de l'Etat dans le coût des avantages aux investissements notamment les dépenses au titre des travaux d'infrastructures nécessaires à la réalisation de l'investissement.¹²³

¹²² Guide investir en Algérie, (2009), Rapport du Ministère de la Petite et Moyenne Entreprise et de l'Artisanat.

¹²³ Journal officiel n°47 du 22 août 2001.

3.2. Les régimes d'avantage pour les investissements :

Il existe principalement deux régimes prévus pour l'octroi des avantages pour les investisseurs :

- Le régime général pour les investissements courants.
- Le régime dérogatoire pour les investissements dans les « Zones à Développer » et pour les investissements soumis à convention.

Mais d'autres régimes d'avantages spécifiques coexistent à côté de ces deux régimes pour certains domaines tels que l'agriculture, la pêche, l'aquaculture, l'exportation et les entreprises créées avec le soutien de l'ANSEJ.

3.3. Les structures d'aide à la création d'entreprises (activités économiques) :

Les structures publiques, faut il le souligner, sont des agences chargées de l'exécution des politiques publiques d'aide et de soutien à la création d'entreprises. Ces agences sont sensé apporter un appui important en termes d'accompagnement des promoteurs et de formalisation de leurs activités. Il s'agit outre l'ANDI, de l'ANSEJ, de la CNAC, de l'ANGEM.

3.3.1. L'ANDI et le Guichet Unique Décentralisé :

L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement a été créée sous forme d'un guichet unique décentralisé par l'ordonnance n°01-03 du 20/08/2001 relative au développement de l'investissement. *«C'est un établissement public à caractère administratif pour fournir des services aux investisseurs nationaux et étrangers. Elle est sous la tutelle des services du chef de Gouvernement.»*¹²⁴

Le but principal du guichet unique est la simplification des procédures et des formalités pour la création des entreprises et pour la réalisation des projets. Dans le guichet unique, l'investisseur a comme interlocuteur unique le représentant de l'ANDI, qui l'assiste, en lui donnant toutes les informations nécessaires, vérifie les dossiers et les envoie aux services concernés.

La création de l'ANDI sous forme d'un guichet unique décentralisé dans les 48 wilayas du pays résulte des limites de l'ancien dispositif, c'est à dire : la non habilitation des

¹²⁴ Evaluation des capacités de promotion des investissements de l'Agence National de Développement de l'Investissement, (2005), Rapport de la Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement, Genève.

représentants des administrations et organismes concernés par l'acte d'investir au sein du guichet unique de l'APSI et la centralisation de ce guichet ont causé des préjudices aux investisseurs dans l'accomplissement des formalités administratives et le non accomplissement par l'APSI de sa mission relative au suivi des investissements déclarés auprès de son guichet unique.

L'agence est chargée notamment selon le Décret exécutif n°06-356:

- d'entreprendre toute action d'information, de promotion et de collaboration avec les organismes publics et privés en Algérie et à l'étranger, pour promouvoir l'environnement général de l'investissement en Algérie, d'améliorer et de consolider l'image de marque de l'Algérie à l'étranger ;
- d'assurer un service de mise en relations d'affaires et de facilitation des contacts des investisseurs non résidents avec les opérateurs algériens et de promouvoir les projets et les opportunités d'affaires ;
- d'organiser des rencontres, colloques, journées d'études, séminaires et autres manifestations et événements en rapport avec ses missions ;
- de participer aux manifestations économiques organisées à l'étranger en rapport avec la stratégie de promotion de l'investissement arrêtée par les autorités concernées;
- d'entretenir et de développer des relations de coopération avec des organismes étrangers similaires;
- d'assurer un service de communication avec le monde des affaires et la presse spécialisée ;
- d'exploiter, en liaison avec son objet, toutes études et informations se rapportant aux expériences similaires pratiquées dans d'autres pays.¹²⁵

L'ANDI est chargée des missions suivantes :

- de la promotion, le développement et la continuation des investissements
 - de l'accueil, l'assistance et l'information des investisseurs, nationaux et étrangers
 - de la concession de bénéfices
 - de la gestion du Fond d'Appui à l'Investissement

Pour la réalisation de ces buts l'ANDI est chargée de la constitution du guichet unique décentralisé (GUD). Les guichets uniques décentralisés (un GUD dans chaque wilaya) sont théoriquement conçus pour être les interlocuteurs privilégiés des investisseurs.

¹²⁵ Journal officiel n°55 du 20 septembre 2001.

Leur principal but réside dans la simplification de procédures et de formalités pour la création d'entreprise et pour la réalisation de projets.

3.3.2. L'Agence Nationale pour le Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) :

Mise en place en 1997 après l'échec du dispositif d'insertion professionnel de jeunes, et cela en application des dispositions de l'article de l'ordonnance n° 96-14 du 24 juin 1996. Elle intervient dans le soutien à la création et le financement de la micro-entreprise par des jeunes (19 à 35 ans), pour des montants d'investissements pouvant atteindre 10 millions DA. La mission de l'ANSEJ est de favoriser la création des activités de biens et services par les jeunes promoteurs et d'encourager toutes formes d'actions et des mesures tendant à promouvoir l'emploi des jeunes. Ils peuvent présenter des demandes de soutien pour la création de micro entreprises à l'ANSEJ, les jeunes qui ont entre 19 et 35 ans et qui sont chômeurs au moment du dépôt du dossier.

Devenu opérationnel depuis le deuxième semestre 1997, le dispositif de Soutien à l'Emploi des Jeunes constitue une des solutions appropriées au traitement de la question du chômage durant cette phase de transition vers l'économie de marché.

- **Les caractéristiques de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes :**

« Le dispositif de création des micro entreprises présente trois caractéristiques qui sont : la simplicité, la transparence et la souplesse. »¹²⁶

- La simplicité : les dossiers d'investissement présentés à l'ANSEJ par les jeunes promoteurs ne sont pas soumis à des instances spécialisées telles que les comités techniques et autres commissions de sélection.

L'attestation d'éligibilité au dispositif est délivrée par les services de l'ANSEJ sur la base d'une étude de faisabilité du projet et après un entretien d'orientation avec le chargé d'études de l'Agence qui vérifie également les critères réglementaires d'éligibilité des jeunes promoteurs.

¹²⁶ BELLAL. M : « l'Economie Solidaire : Enjeux et Perspectives », Communication sur la micro-entreprise : le processus de mise en œuvre du dispositif et de développement du concept, Alger, 2002.

- **La transparence** : les critères d'éligibilité au dispositif sont clairement énoncés dans les textes réglementaires.

- L'âge du promoteur : le promoteur doit être âgé entre 19 ans et 35 ans. L'âge du gérant peut aller jusqu'à 40 ans à condition que le projet génère au moins trois emplois permanents ;

- La situation de chômage : les promoteurs doivent être en situation de chômage au moment de dépôt de leurs dossiers ;

- La qualification : les promoteurs doivent disposer de qualifications en rapport avec l'activité projetée.

- **La souplesse** : la création d'entreprise est loin d'être une science exacte, le chargé d'études de l'Agence a pour mission d'aider les jeunes promoteurs à configurer leurs projets. De plus, le dispositif de l'ANSEJ offre aux jeunes créateurs de micro entreprises, des avantages fiscaux et parafiscaux qui sont essentiellement :

- La franchise de TVA pour l'acquisition des biens d'équipement en phase de création du projet ;

- L'exonération totale d'impôts pendant les trois premières années de mise en exploitation du projet ; cette période est portée à six ans lorsque le projet est implanté en zone à promouvoir.

- **Les missions de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes :**

En vertu de ses statuts, l'ANSEJ a pour missions de soutenir, de conseiller et d'accompagner les jeunes chômeurs porteurs de projets durant toutes les phases jalonnant le processus de création de leurs micro-entreprises. Elle assure également, le suivi des investissements réalisés.

Les missions de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes sont les suivantes :

- Soutenir, conseiller et accompagner les jeunes promoteurs dans le cadre de la mise en œuvre de leurs projets d'investissement ;

- Gérer les dotations du FNSEJ, notamment les aides et la bonification des taux d'intérêt, dans la limite des enveloppes prévues ;

- Notifier aux jeunes promoteurs dont les projets sont éligibles aux crédits des banques et établissements financiers, les différentes aides du FNSEJ et autres avantages qu'ils ont obtenus ;

- Assurer le suivi des investissements réalisés par les jeunes promoteurs en veillant au respect des clauses des cahiers des charges qui les lient à l'agence et en les assistant, en cas de besoin, auprès des institutions et organismes concernés par la réalisation des investissements ;
 - Encourager toute autre forme d'actions et de mesures tendant à l'emploi de pré embauche.¹²⁷
- Elle dispose d'un réseau de 53 agences à travers tout le territoire national.

3.3.3. La Caisse Nationale d'Allocation Chômage (CNAC) :

La caisse vise les chômeurs de la tranche d'âge entre 35 et 50 ans, qui investissent dans des activités industrielles et/ou des services, sauf la revente en l'état, pour des montants d'investissement pouvant atteindre 5 millions DA. Il inclut un système de prêts (prêt initial à taux 0 et prêts à taux bonifié), un fonds de caution mutuelle couvrant 70% du crédit consenti par la banque, et un accompagnement ; le dispositif est encadré par une réglementation particulière.

Le financement du projet est constitué de :

- L'apport personnel du chômeur – promoteur
- Le prêt non rémunéré de la CNAC le montant varié selon le niveau d'investissement
- Le crédit bancaire dont une partie des intérêts est bonifié par la CNAC, garanti par le FCMG¹²⁸ à hauteur de 70%.

Le financement est structuré en deux niveaux différents selon le seuil de l'investissement :

Niveau 1 : avec un cout d'investissement inférieur ou égal à 2 millions DA repartis en trois : 5% comme apport personnel, 25% un prêt non rémunéré et 70% de crédit bancaire.

Niveau 2 : le cout coût de l'investissement varié de 2 millions DA à 5 millions de DA repartis en : 70% est un prêt bancaire, l'apport personnel diffère selon la localisation 8% en zones spécifiques et 10% pour les autres zones. De même pour les prêts non rémunérés de la CNAC avec 22% pour les zones spécifiques et 20% pour les autres zones.

La caisse assure également les taches suivantes:

- Propose un crédit sans intérêt entre deux (2) et cinq (5) millions de Dinars;
- Accompagnement personnel aux porteurs de projets;

¹²⁷ Actes des Assises Nationales de la PME, Rapport du Ministère de la Petite et Moyenne Entreprise et de l'Artisanat, 2004.

¹²⁸ Fond de Caution Mutuelle de Garantie (FCMG), créée dans le but de faciliter l'accès aux crédits bancaires pour les promoteurs n'ayant pas de garanties suffisantes à proposer à la banque. Le FCMG couvre les pertes subies par les banques du fait de l'insolvabilité des emprunteurs adhérents.

- Franchise de la TVA pour l'acquisition de biens d'équipement et de services entrant directement dans la réalisation de l'investissement;
- Exemption du droit de mutation à titre onéreux sur l'acquisition immobilière effectuée dans le cadre de la création de l'activité;
- Application du taux réduit de 5% en matière de droits de douane pour les biens d'équipements entrant directement dans la réalisation de l'investissement.

3.3.4. L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM) :

Elle a été créée par la décision du conseil de gouvernement du 16 décembre 2003 qui a adopté le décret exécutif n° 04-14 du 22 janvier 2004, l'ANGEM est un organisme à caractère spécifique qui a pour mission de :

- Créer le dispositif du microcrédit conformément à la législation et à la réglementation en vigueur ;
- Soutenir, conseiller et accompagner les bénéficiaires du micro crédit dans la mise en œuvre de leurs activités ;
- Notifier aux bénéficiaires dont les projets sont éligibles au dispositif, les différentes aides qui leurs sont accordées ;
- Assurer le suivi des activités réalisées par les bénéficiaire en veillant au respect des clauses de cahiers de charges qui les tient à l'agence ;
- Assister les bénéficiaires du micro crédits, en cas de besoin, auprès des institutions et organismes concernés par la mise en œuvre de leurs projets.

Elle vise notamment, pour des montants de crédit de 50.000 à 400.000 DA. Elle a repris le portefeuille de crédits octroyés par l'Agence de Développement Social (ADS), Les microcrédits de l'ANGEM (inférieurs à 30.000 DA) sont décaissés directement par l'Agence depuis avril 2005. Pour les montants plus importants, transitant par les banques, des conventions sont signées avec quelques banques publiques.

L'ANGEM propose trois formes de financements :

- Le financement de la matière première :

Le seuil de l'investissement est de 30.000 DA réparti en un prêt non rémunéré de l'ANGEM à hauteur de 90% du coût global et de 10% comme apport personnel.

- **Le financement mixte :**

Le coût de l'investissement varie de 50.000 à 100.000 DA reparté en deux : un apport personnel de 3% à 5% et un crédit bancaire de 95% à 97% avec un taux d'intérêt bonifié.

Pour ce type de financement l'ANGEM joue seulement le rôle d'intermédiaire entre le promoteur et la banque.

- **Le financement triangulaire :**

Le coût de l'investissement est compris entre 100.000 DA et 400.000 DA répartis en trois : un crédit bancaire de 70% du coût global avec un taux d'intérêt bonifié, un prêt non rémunéré de l'ANGEM de 25% à 27% selon les cas et un apport personnel qui varie de 3% à 5%.

L'environnement législatif ainsi très succinctement résumé a consacré, depuis la promulgation du code des investissements en 1993, beaucoup de principes et d'avantages qui devaient selon leurs concepteurs ouvrir de larges perspectives en matière d'investissement et de création d'entreprises. Concrètement, les efforts de promotion de la création d'entreprises depuis plus d'une décennie, dans le cadre de l'APSI, l'ANSEJ et des CALPI, n'ont manifestement pas aboutis à des résultats satisfaisants.

L'examen des bilans des dispositifs de l'APSI et des CALPI (puis de l'ANDI) à l'échelle des wilayas, et à titre indicatif celui de l'ANSEJ, ce dernier dispositif intéressant surtout les micro-entreprises l'atteste amplement.

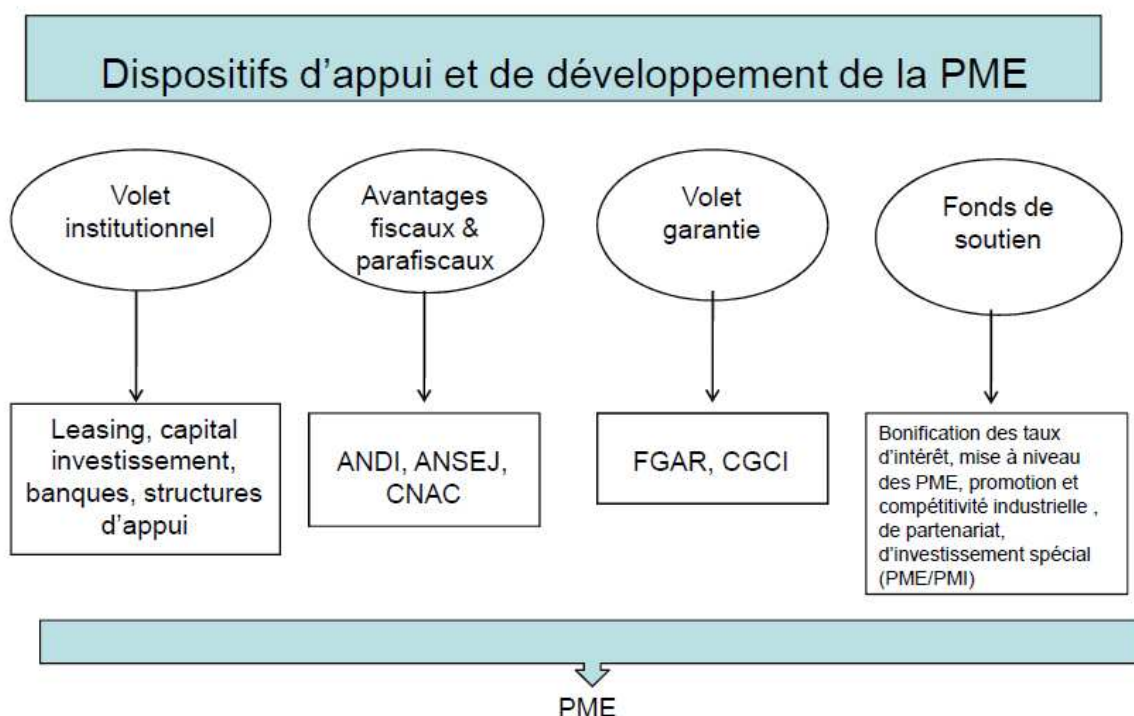
Concernant la répartition spatiale des projets d'investissements, on relève une concentration des projets autour des grands centres urbains. Le choix de la localisation des projets d'investissement reste subordonné à la disponibilité des infrastructures et à la proximité des centres d'intérêts, notamment au niveau des wilayas du Nord¹²⁹. Alger concentre à elle seule 21 % des projets totaux « *Cette répartition déséquilibrée est particulièrement dangereuse pour le développement régional qui a été l'une des forces de l'organisation économique développée dans le passé. Au plan de l'aménagement du territoire, la PME représente un vecteur efficace pour favoriser une occupation rationnelle du territoire national par les activités et les populations* »¹³⁰.

¹²⁹ CNES : op.cit.

¹³⁰ CNES : op.cit.

Figure n°14 : Schéma global du dispositif d'appui et de développement des PME en Algérie.

Schéma global du dispositif d'appui et de développement de la PME



Source : Etabli par nous même.

3.4. Eléments des politiques publiques de promotion à l'entrepreneuriat et esprit d'entreprise en Algérie :

L'économie de marché n'est pas un mécanisme parfait de gestion et de coordination de l'activité économique, c'est pour cette raison que tous les gouvernements du monde mettent en place des politiques publiques afin d'optimiser l'allocation des ressources rares. Une des politiques du gouvernement algérien est la promotion de l'entrepreneuriat qui ne peut se réaliser qu'à travers le déploiement de trois facteurs incontournables : la formation, le soutien à l'investissement et l'innovation.

3.4.1. La formation :

Depuis l'indépendance, les efforts de l'État en matière d'éducation et de formation sont importants. En Algérie la formation est gratuite à tous les niveaux de l'apprentissage, du primaire à l'université. D'ailleurs le budget consolidé de l'éducation nationale, de la

formation professionnelle et de l'enseignement supérieur est de loin le plus important des dépenses publiques. Cela se traduit par une déperdition scolaire de plus en plus importante et des diplômés avec un manque en matière de savoir-faire. En conséquence un chômage structurel de plus en plus important s'installe en Algérie du fait de l'inadéquation de la demande et de l'offre de travail.

Cette situation se reflète aussi sur le niveau de formation et de compétences des entrepreneurs algériens. S'ils sont preneurs de risques, au sens de Say et Knight, et chasseur d'opportunités, au sens de Hayek et Mises, ils n'ont pas le profil d'innovateur ou de personnes assurant l'allocation des ressources rares. Il est intéressant à ce niveau de citer quelques résultats de l'enquête réalisée par Melbouci en 2007 (Melbouci, 2007)¹³¹, effectuée sur un échantillon de 50 entrepreneurs, montre que 30 % des interrogés ont un niveau d'instruction secondaire (entre 9 et 12 ans d'études) et que le nombre des entrepreneurs ayant un niveau de formation supérieur a largement progressé par rapport aux années 90, en effet, il est de 44% (28% niveau universitaire et 16% hautes études).

Signalons que ce progrès observé du niveau de formation des entrepreneurs ne reflète guère l'amélioration des qualités managériales.

Cela est confirmé par (Tounés, 2007)¹³² qui conclut dans son étude que les entrepreneurs algériens souffrent d'absence de culture managériale au point où ils ignorent l'existence d'outils de gestion leur épargnant des problèmes basiques. Cet état des lieux est corroboré implicitement par la Directrice générale de l'Agence nationale de soutien à l'emploi de jeunes (ANSEJ), dans une déclaration à l'APS en marge des assises nationales de la formation professionnelle du 08 avril 2007, a indiqué que, dorénavant, aucun promoteur de l'ANSEJ ne bénéficiera d'un financement avant d'être formé dans les domaines de la gestion afin d'assurer la pérennité des micro-entreprises.

Il ne faut pas imputer cette situation à la qualité de l'enseignement seulement mais aussi aux contenus des programmes de formation. Le système éducatif algérien dans son ensemble, du primaire au secondaire, exclut l'entrepreneuriat des cursus contrairement à d'autres pays, à l'instar du Canada. Même à l'université, cette discipline n'est pas enseignée.

¹³¹ MELBOUCI. L, (2008), op.cit.

¹³² TOUNES. A, (2007), op.cit.

3.4.2. Soutien à l'investissement :

Le soutien à l'investissement a pris deux formes en Algérie :

3.4.2.1. Soutien à la demande globale :

Le plan quinquennal de soutien à la croissance économique, estimé à 150 milliards de dollars, est orienté à près de 70% vers le secteur du bâtiment et des travaux publics. L'objectif escompté est double, soutenir la croissance économique et mettre à niveau l'infrastructure nationale. Cette orientation est totalement justifiée vu les séquelles de la décennie noire qu'a connu l'Algérie. Toutefois, la mauvaise gouvernance, la corruption et la bureaucratie ont déjà grandement limité les résultats escomptés.

3.4.2.2. Dispositifs de soutien à l'investissement :

Les dispositifs de soutien à l'investissement sont concrétisés en Algérie par deux agences publiques : l'Agence nationale de développement des investissements (ANDI) et l'Agence nationale de soutien à l'emploi de jeunes (ANSEJ). Le dispositif de l'ANDI est destiné aux projets d'investissement supérieur à environ 135000 US\$, il permet l'exonération des droits de douanes pour les équipements, la franchise de la TVA, l'exemption du droit de mutation à titre onéreux pour toutes les acquisitions immobilières effectuées dans le cadre de l'investissement concerné, ainsi que l'affranchissement de l'impôt sur le bénéfice des sociétés (IBS) et de la taxe sur l'activité professionnelle (TAP) pendant une période de trois ans.

Les avantages liés à ce dispositif sont : l'octroi d'un prêt non rémunéré (calculé en fonction du projet d'investissement); la bonification des taux d'intérêts bancaires sur les équipements; la franchise TVA; un taux déduit de 5% sur les droits de douane pour les biens d'équipements importés entrant directement dans la réalisation de l'investissement; l'exemption du droit de mutation à titre onéreux au taux de 4% pour les acquisitions immobilières; l'exonération de la taxe foncière pour une durée de 03 ans à compter la date d'achèvement de la construction; l'exonération de la TAP, IBS, VF et l'IRG pendant trois ans; l'application d'un taux réduit de cotisation patronale de 7% au titre des rémunérations versées aux salariés de la micro-entreprise.

A première vue, ces deux dispositifs couvrent l'ensemble du champ d'investissement et, par leurs avantages, ils vont attirer en exclusivité l'ensemble des nouvelles créations. C'est en examinant le bulletin d'information économique du Ministère des PME et de l'artisanat qu'on

se rend compte que, pour l'année 2009, le nombre de création d'entreprise dans le cadre de l'ANDI a été de 11 803 et de 4695 pour l'ANSEJ, alors que le nombre total de création a été de 34 192. Donc, le nombre de création d'entreprise dans le cadre des deux dispositifs représente 48,25% du total des créations. Autrement dit, la majorité des nouvelles créations se déroulent en dehors du dispositif.

L'explication de ce phénomène varie d'un dispositif à l'autre mais, en fait, les conséquences sont les mêmes. L'ANSEJ est un dispositif orienté plutôt vers l'artisanat et la TPE. De ce fait la plupart des nouvelles créations se sont dirigées vers le secteur des services qui a connu un boom au lancement de ce dispositif avant son essoufflement ces dernières années. Selon les statistiques, plus de 60% des nouvelles créations, depuis l'institution de ce dispositif, appartiennent au secteur des services. On comprend aisément que le phénomène d'imitation a saturé le marché surtout en l'absence de statistiques fiables et d'une formation insuffisante des entrepreneurs. L'ANDI, en exigeant un seuil minimum d'investissement exclut d'office beaucoup de PME/TPE. De plus, les investissements importants, comme c'est le cas dans le cadre de l'ANDI, sont tributaires du climat des affaires qui est, comme nous l'avons illustré précédemment, peu attrayant. En conséquence, la pratique montre que les deux dispositifs sont à l'origine d'une évasion fiscale importante.

Pire, des entreprises sont créées dans le cadre de ces dispositifs uniquement pour récupérer par la suite la cagnotte fiscale. C'est pour cela que des conditions complémentaires ont été introduites, à l'instar de l'exigence d'un diplôme dans la spécialité pour le créateur d'entreprise dans le cadre de l'ANSEJ. Au niveau de l'ANDI le contrôle est de plus en plus strict puisque des agents de cette agence sortent sur le terrain pour vérifier les étapes de l'investissement.

3.4.3. Innovation :

Depuis les travaux de Schumpeter, le rôle de l'innovation dans l'entrepreneuriat est unanimement reconnu par la communauté scientifique. Il faut retenir que le passage de l'acte d'innovation à l'acte d'entrepreneuriat est un processus complexe. En amont, il y a une multitude de questions découlant sur des scénarios divers arbitrés par la création de valeur attendue. Balmana. A (Balmana, 2004)¹³³ identifie le passage à l'acte d'innovation par trois

¹³³ BALMANA. B : « Innovation et entrepreneuriat », Conférence donnée à l'École de management de Grenoble, 19 octobre 2004.

étapes successives : l'étude marketing du marché, la valorisation de l'opportunité et la concrétisation des pré-requis. Chaque étape est complexe et comporte des difficultés qui exigent un investissement accru de l'entrepreneur.

C'est pour cette raison qu'il conclut que l'innovateur- créateur d'entreprise doit avoir un profil exceptionnel, un avis que nous partageons amplement. C'est pour cela que l'intervention publique est souhaitable. La politique publique en matière d'innovation en Algérie repose sur la valorisation des recherches par trois agences nationales : l'Agence nationale pour le développement de la recherche universitaire (ANDRU), L'Agence Nationale pour le Développement de la Recherche en Santé (ANDRS), et l'Agence nationale de valorisation des résultats de la recherche et du développement technologique (ANVREDET). L'ANDRU est un établissement public à caractère administratif qui a pour objectif principal d'impulser et de soutenir le développement et la valorisation des activités de recherche s'inscrivant dans le cadre des Programmes Nationaux de Recherche (P.N.R) tels que définis par la réglementation en vigueur et localisés au sein des institutions universitaires d'enseignement et de Recherche. Ses tâches se résument au financement des programmes de recherche et à leur valorisation. L'ANDRS est un établissement Public à caractère administratif, chargé de contribuer à la mise en œuvre et à la réalisation du programme national de recherche en santé. Ses missions sont similaires à l'ANDRU mais dans le domaine de la santé. L'ANVREDET est un établissement public à caractère industriel et commercial, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière, qui a pour mission de mettre en œuvre, en relation avec les structures et organes concernés, la stratégie nationale de la valorisation des résultats de la recherche et le soutien et accompagnement des idées innovantes.

L'ANDRU et l'ANDRS sont des agences de valorisation des résultats purement issus de la recherche scientifique, tandis que l'ANVREDET est plus orientée vers la sphère réelle. Il est difficile d'évaluer l'activité de ces agences à cause de leur jeune âge et de la rareté des travaux dans ce domaine. Notons toutefois que les statistiques de l'Institut national algérien de la propriété industrielle (INAPI) montrent une augmentation du nombre de marques déposées en Algérie d'origine nationale ces dernières années. Leur nombre était de 1237 en 2000, 1488 en 2003, et 2477 en 2006. Néanmoins, à notre avis, il n'est pas évident de conclure à la réussite de la politique d'innovation en Algérie, car les statistiques de l'INAPI démontrent que le nombre de marques déposées en Algérie d'origine nationale est en

constante évolution depuis 1981, l'époque de l'économie planifiée. Leur nombre était de 107 en 1981, 174 en 1984, 290 en 1988, 460 en 1992. Même pendant la période noir du terrorisme le nombre de marques déposées en Algérie d'origine nationale n'a cessé d'augmenter puisqu'il a atteint 518 en 1994, puis 691 en 1996, et 945 en 1999. Mais cela ne veut pas dire pour autant que ces agences ne contribueront pas à faire avancer l'innovation en Algérie.

Conclusion :

L'économie algérienne est désormais un véritable chantier de reconstruction issu des mesures de réforme qu'elle subit depuis la fin des années 80: le tissu économique doit être densifié et le secteur privé doit assurer le relais du secteur public. D'où le rôle primordial que le secteur de la PME/PMI est appelé à accomplir dans la conduite du développement.

Depuis près de deux décennies et suite aux multiples réformes décidées, l'importance de l'enjeu économique et social des petites entreprises reste l'élément le plus efficace et le moins coûteux pour le développement économique d'un pays en pleine mutation.

L'Algérie représente une opportunité très attractive pour les investisseurs et les créateurs d'entreprises, les efforts doivent être réunis et enrichis en matière de promotion, de suivi et d'accompagnement du secteur des PME/PMI, le tissu économique doit être densifié, le soutien de l'Etat doit être plus pertinent et dépasse les lourdeurs administratives et bureaucratiques.

Le développement du secteur des PME/PMI dépend dans une large mesure du climat des affaires, c'est dans cette optique, qu'apparaît le rôle primordial que les PME/PMI sont appelées à accomplir dans la conduite d'un développement économique national et durable et ce malgré l'existence d'un environnement entrepreneurial spécifique, lié principalement aux dimensions socio-économique et socio culturelle (chômage et travail informel), à la lourdeur des procédures administratives, au manque de financement, ainsi qu'à l'incertitude qui règne sur le marché depuis des décennies.

Les réformes à venir devraient insister sur la simplification des procédures administratives par la lutte contre la bureaucratie et la corruption et inciter le système bancaire à s'y impliquer davantage dans la promotion de nouvelles entreprises, sous forme de crédit, de capital risque et d'aides diverses. L'enjeu principal est de faciliter le travail du futur entrepreneur dans l'économie officielle et de réduire ainsi l'économie informelle.

Chapitre 04 :

***Les aspects méthodologiques
de la recherche, résultats,
interprétation et analyse***

Introduction :

Au regard des choix épistémologiques évoqués dans les précédents chapitre du travail, d'autres options pour une approche méthodologique s'imposent. Le présent chapitre porte donc sur la détermination de la méthodologie d'investigation employée, la constitution de l'échantillon, le choix des techniques de collecte ainsi que l'analyse des données et interprétation des résultats obtenus. Ainsi, ce chapitre sera consacré à l'opérationnalisation des concepts, les concepts clés de l'étude étant la création d'entreprise en tant que manifestation des facteurs politiques et institutionnels relatifs à l'entrepreneuriat et à l'esprit d'entreprise. Les facteurs politiques et institutionnels constituent la variable indépendante, tandis que la création d'entreprise et l'esprit d'entreprise deviennent la variable dépendante.

Section 1 : La démarche méthodologique :

Cette section sera consacrée à exposer le cadre de notre étude qui est fondé sur une problématique et un modèle d'analyse rendant possible une méthodologie spécifique.

1.1. Le cadre de la recherche :

Le cadre de la recherche, nous permet l'élaboration d'un modèle d'analyse visant à mettre en épreuve les hypothèses retenues en fonction de la problématique, basée notamment sur des constats théoriques et contextuels.

1.1.1. La pertinence de la problématique posée :

Une recherche est un cheminement vers une meilleure connaissance et doit accepter comme tel, avec tout ce que cela implique d'hésitation, d'évènement et d'incertitudes.

Il est toutefois admis que le choix du thème est une épreuve difficile et délicate, il est un moment déterminant qui va conditionner tout le travail ultérieur.

Un bon sujet doit être claire et motivant, le chercheur sait où il va et a l'intention qu'il peut y avoir matière à découverte.

1.1.1.1. Formulation de la question de départ :

Un travail de recherche consiste tout d'abord à énoncer son projet sous la forme d'une question de départ par laquelle le chercheur tente d'exprimer le plus exactement possible ce qu'il cherche à savoir, à élucider, à mieux comprendre.

Les qualités de faisabilité porte essentiellement sur le caractère réaliste ou non du travail que la question de départ laisse entrevoir.

En termes de recherche et d'études, le thème de l'entrepreneuriat a fait couler beaucoup d'encre et les principaux ouvrages de référence ne datent pas d'aujourd'hui. En ce qui concerne l'esprit d'entreprise doit nous servir de pont entre les actions et les capacités cognitives de l'entrepreneur car il représente des capacités d'action.

Ainsi, notre travail consiste à voir l'effet des programmes d'aide à l'entrepreneuriat sur ce même esprit d'entreprise, et déduire l'action des pouvoirs publics sur le comportement des jeunes entrepreneurs.

Par conséquent et pour gagner en pertinence, l'esprit d'entreprise doit pouvoir être recensé collectivement.

C'est la raison pour laquelle il nous faut interroger un certain nombre d'entrepreneurs ayant sollicités un dispositif d'aide et d'accompagnement et il faut dire que l'ANSEJ de Tizi-Ouzou en compte un nombre important.

Dans le cas de notre étude, la question de départ peut se traduire cependant sous la formulation suivante :

- **Quel impact exerce une politique publique d'aide à l'entrepreneuriat sur l'émergence de l'esprit d'entreprise chez les jeunes ?**

On a donc souhaité réfléchir sur ce thème pour mieux cerner les clés de réussite et appréhender le métier de jeune créateur d'entreprise, tant prôné par les structures publiques, ce afin de favoriser un développement de compétences entrepreneuriales et émerger un esprit d'entreprise.

1.1.1.2. L'explication de la problématique :

La problématique est l'approche ou la perspective théorique que l'on décide d'adopter pour traiter le problème posé par la question de départ.

Il s'agira en fait d'inscrire son projet dans un cadre théorique préétabli dans lequel s'inscrit la démarche personnelle de chercheur.

On va dans ce qui suit exposer le contexte et les approches théoriques qui ont permis de construire la problématique de notre étude.

a. Contexte :

La création d'entreprise par les jeunes est devenue un sujet incontournable depuis quelques années et les origines de cet intérêt sont diverses, et elle attire maintenant une attention particulière des instances locales, nationales et internationales. Elle apparaît comme une solution stratégique performante pour répondre aux problèmes d'insertion et de chômage des jeunes et devient un enjeu majeur dans les politiques de promotion de l'esprit d'entreprise des pays.

La population des jeunes (18-30 ans) en Algérie représente environ 70% de la population globale¹³⁴. L'insertion des jeunes suscite des préoccupations croissantes chez les gouvernements et les autorités publiques, étant donné ses aspects multiformes touchant aux domaines de l'éducation, du travail et des systèmes de formation. Depuis les 80 le marché du travail subit un bouleversement profond en raison de la baisse des effectifs des grandes entreprises et administrations publiques, et face au recul considérable de l'investissement du secteur étatique, des milliers de jeunes se trouvent sans emploi. Le taux de chômage reste considérable qui avoisine les 25% selon les données fournies par l'ONS en 2009.

Dans ce contexte, l'entrepreneuriat des jeunes doit donc être désormais une option possible de carrière professionnelle. Les jeunes constituent une cible privilégiée de sensibilisation à l'entrepreneuriat.

Afin de remédier à cette situation, le gouvernement algérien depuis le milieu des années 90 a mis en place des structures d'aides et d'assistance à l'entrepreneuriat des jeunes. L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi de Jeunes (ANSEJ) a pris la lourde tâche de soutenir et de conseiller les jeunes dans le but de créer leurs propres emplois.

Un de nos objectifs de recherche est de vérifier si ces dispositifs ou programmes mis en place par les pouvoirs publics suscitent l'esprit d'entreprendre chez les jeunes.

b. Les positionnements théoriques :

La littérature, riche dans le domaine de l'entrepreneuriat montre combien il est difficile de caractériser un profil de l'entrepreneur tant sa dimension est large et variée et ô combien la variété des fonctions qu'il exerce peut faire peur. L'entrepreneuriat semble en effet constituer un phénomène complexe et l'acte d'entreprendre d'être le fait de femmes et d'hommes aux cultures, motivations et projets très différents. Pour mieux comprendre l'entrepreneur, certains proposent, comme nous l'avons présenté dans la première partie, une approche par les traits, par les faits et bien d'autres par le processus.

¹³⁴ Statistiques de L'Office National des Statistiques (ONS), 2009.

Et l'on comprend fort bien ce que W. B. Gartner évoquait en 1985 : « *la création de nouvelles entreprises est un phénomène complexe, les entrepreneurs et leurs firmes sont très différents, les actions qu'ils mettent en œuvre ou non et les environnements dans lesquels ils évoluent et auxquels ils réagissent sont également divers et tous ces éléments forment des combinaisons complexes et uniques pour la création de chaque nouvelle entreprise* »¹³⁵.

En ce qui concerne l'esprit d'entreprise, il nous éclaire sur ce qui caractérise cette notion et sur les capacités que les individus doivent pouvoir mettre en œuvre.

En fait, à nos yeux la définition de «l'esprit d'entreprise» selon l'OCDE, renvoie au développement de programmes et dispositifs qui encouragent les jeunes à considérer la création d'entreprise et l'emploi indépendant comme des options professionnelles viables et à les y préparer. Ces programmes permettent généralement aux jeunes d'apprendre à créer et gérer une affaire, en général par des expériences pratiques.

La définition entend par «esprit d'entreprise», au sens large du terme, «*un ensemble de qualités et de compétences qui permettent aux individus, aux organisations, aux collectivités, aux sociétés et aux cultures d'être souples et créatifs pour s'adapter au changement social et économique rapide, et aussi pour réagir en tant qu'acteurs à ce changement... Le but recherché n'est donc pas d'enseigner l'entrepreneuriat mais de favoriser le développement des individus*». (OCDE, 2001)¹³⁶.

Ces positionnements théoriques et contextuels ont permis de fournir des éclairages à notre compréhension de l'acte d'entreprendre et d'orienter notre problématique. Nous nous interrogeons, en effet, sur l'impact des programmes d'aide à la création d'entreprise sur l'émergence d'esprit d'entreprise chez les jeunes.

La problématique une fois explicitée rend ainsi possible l'élaboration du modèle d'analyse et la définition des hypothèses qui seront soumises à l'épreuve des faits.

¹³⁵ W. B. Gartner, (1985) cité par HERNANDEZ, E-M, (1999), op, cit, p 47.

¹³⁶ OCDE: « Encourager les jeunes à entreprendre : les défis politiques », Paris, 2001, p 88.

1.2. L'élaboration du modèle d'analyse :

Nous avons donc débuté le travail en nous posons une question de départ plus ou moins élaborée.

Après avoir mené un travail exploratoire consistant notamment en un état de la recherche théorique sur la notion de l'entrepreneuriat des jeunes, de l'esprit d'entreprise et les politiques publiques d'aide à l'entrepreneuriat, et la réalisation d'entrevues avec quelques anciens entrepreneurs issus de l'ANSEJ, la problématique a ainsi pu émerger.

La construction du modèle d'analyse correspond à un retour vers le concret et à la multiplication de questions et de pistes sortant alors de la phase de généralisation. Il s'agit donc de déployer des questions compte tenu de ce que l'on connaît déjà sur le sujet et de la problématique définie. Cela comprend notamment l'écriture des hypothèses pour ensuite mettre à l'épreuve celles-ci sur le terrain d'enquête retenu.

1.2.1. La construction d'hypothèses :

Le travail à mettre en œuvre consiste à décomposer la question de départ en éléments de plus en plus précis et concrets.

1.2.1.1. La décomposition de la question de départ :

L'idée sous-jacente de cet exercice est que la question de départ ne peut se traduire immédiatement en une enquête car les questions posées dans les termes généraux et théoriques ne peuvent pas être posées en l'état aux enquêtés. Il y a donc un travail de décomposition à faire pour aller du cadrage théorique conceptuel aux questions concrètes que l'on va poser aux personnes intéressées, que ce soit sous forme de questionnaires ou d'entretiens.

Le champ étudié couvre des thématiques riches prenant en considération des éléments tels que l'analyse du parcours professionnel et personnel de l'entrepreneur, sa vision de l'échec, de la réussite, l'influence de son entourage, les qualités qu'il détient, les compétences qu'il met en œuvre etc. Le travail à effectuer sur l'élaboration des hypothèses permettra d'y voir plus clair et d'envisager la mise à l'épreuve sur le terrain.

1.2.1.2. L'élaboration des hypothèses :

Une hypothèse peut être conçue comme une réponse provisoire à une question que l'on se pose relative à une question de départ, et qui va être validée ou invalidée, confirmée ou infirmée par le travail de terrain.

Les hypothèses auxquelles nous tenterons de répondre par le biais de notre recherche empirique auprès des jeunes entrepreneurs sont les suivantes :

1- Il semble qu'il faille un certain charisme, un don, un 6ème sens pour entreprendre, mais il nous apparaît qu'il est possible de faire émerger un esprit d'entreprise chez une population donnée car il n'existe pas un profil idéal pour entreprendre.

2- La mise en place d'un ensemble de dispositifs d'aide et les règlements politiques favorisant l'entrepreneuriat ont un effet positif sur la motivation entrepreneuriale des jeunes.

3- Les politiques entrepreneuriales affectent positivement les comportements entrepreneuriaux des jeunes.

1.2.2. L'objectif du travail de terrain :

La mise à l'épreuve de ces hypothèses sera l'objectif du travail de terrain qui peut être mené selon différentes formes.

1.2.2.1. La mise à l'épreuve des hypothèses :

En sciences sociales, nous ne pouvons pas apporter de preuves à proprement parler parce que nous ne sommes jamais dans un dispositif d'expérimentation qui permettrait d'écrire que, toutes choses égales par ailleurs, les choses se produisent de telle ou telle manière. Nous parlerons plutôt de confirmation ou d'infirmerie des hypothèses, de validation ou d'invalidation, c'est-à-dire qu'à l'issue du travail sur le terrain, nous n'aurons toujours que des hypothèses. Ainsi, nous ne pouvons jamais tout à fait prouver qu'une hypothèse est vraie ; en revanche, nous pouvons montrer qu'elle est fausse. Il découle de ceci qu'une hypothèse n'a de validité scientifique que si elle est falsifiable, c'est-à-dire que si on peut montrer qu'elle est fausse.

Mais pour pouvoir répondre à cette mise à l'épreuve des hypothèses, quelles méthodes de recueils d'information peut-on choisir ?

En effet, plusieurs méthodes visant à recueillir les informations existent et doivent être retenues en fonction des objectifs de l'étude entreprise, des caractéristiques du champ d'analyse. Parmi, ces méthodes on peut citer l'enquête par questionnaire, l'entretien et l'observation directe.

Après avoir présenté les fondements de notre cadre de recherche, nous allons, dans la partie qui suit, exposer la méthodologie retenue dans le cadre de notre étude.

1.3. Spécificités de la démarche mise en œuvre :

Dans cette partie, nous traiterons la démarche qui a été mise en œuvre dans le cadre de notre étude, mettant en exergue les objectifs attendus et la démarche retenue pour y parvenir.

1.3.1. La méthode choisie pour le recueil d'informations :

N'ayant pas d'autres sources d'informations pour consolider notre travail théorique, nous avons donc opté pour la démarche d'enquête afin d'avoir des éléments de réponse à notre problématique.

En effet, cette enquête constitue le pivot central de notre travail. Elle nous permettra d'éclairer au moins modestement certains angles de la question des programmes d'aide à l'entrepreneuriat et leurs effets sur l'esprit d'entreprises chez les jeunes.

Notre travail se fonde en effet sur le recueil de données empiriques. L'objectif principal du recueil d'informations auprès des personnes concernées est de faire exprimer la vision qu'ils ont d'eux même en tant qu'entrepreneur vis-à-vis des dispositifs de soutien à la création d'entreprise, détecter le profil de chacun afin de sensibiliser et à apprécier certaines caractéristiques de la personne dans une perspective de création d'entreprise ou de développement de projet. C'est le fait d'évaluer certaines motivations, aptitudes et attitudes généralement associées au profil des entrepreneurs.

Pour ce qui est de notre méthode, nous avons opté pour la technique de questionnaire, qui consiste à « *poser à un ensemble de répondant, le plus souvent représentatif d'une population, une série de questions relatives à leur situation sociale, professionnelle ou familiale, à leurs opinions, à leur attitude à l'égard d'options ou*

*d'enjeux humains et sociaux, à leurs attentes, à leur niveau de connaissance ou de conscience d'un évènement ou d'un problème, ou encore sur tout autre point qui intéresse les chercheurs »*¹³⁷. Cette méthode appelle à formaliser une série de réponses à la plupart des questions de sorte que les répondants puissent choisir leurs réponses parmi celles qui leurs sont proposées.

Cette méthode convient particulièrement lorsqu'il s'agit d'améliorer la connaissance d'une population spécifique, d'analyser un phénomène social que l'on pense pouvoir mieux cerner à partir d'informations portant sur les individus de la population concernée, ou d'une manière générale, quand il est nécessaire d'interroger un grand nombre de personnes où se pose un problème de représentativité.

Dans notre cas, nous avons utilisé trois types de questions :

1. les questions fermées : qui demandent une réponse précise ;
2. les questions aux choix multiples : dans ce cas, la personne interrogée se voit proposer des solutions et doit faire un choix entre plusieurs réponses préétablies ;
3. les questions ouvertes : pour ce type de questions, aucune proposition de réponse n'est fournie. L'interviewé s'exprime par les termes qu'il veut, il s'agit des questions les plus difficiles à dépouiller mais très riches en informations.

Notre questionnaire a été formulé (dans sa majorité) sous forme de questions aux choix multiples et ceci pour faciliter le dépouillement et l'interprétation des réponses fournies.

1.3.2. Le choix et la constitution de l'échantillon :

Dans l'enquête sur terrain, on construit le plus souvent un échantillon diversifié qui repose sur la sélection de composantes caractéristiques de la population.

Il convient toutefois de préciser que le terme d'échantillon est mal adapté dans une optique qualitative car il porte en lui-même l'idée de la représentativité et de la stabilité. A la notion globale de représentativité, ne faut-il pas substituer une notion plus large qui est l'adéquation de l'échantillon aux buts poursuivis?

Dans notre cas l'échantillon utilisé est de convenance. La nature exploratoire et les limites (temps et argents) de cette recherche expliquent ce choix. En effet, au niveau de l'ANSEJ de Tizi-Ouzou, nous signalons qu'il est apparu difficile de déterminer avec précision le nombre

¹³⁷ BEAUD. S., WEBER. F : « Guide de l'enquête de terrain », Editions La découverte, 1998, p 26.

total des jeunes entrepreneurs qui sont en phase de pré-démarrage vu le nombre important des dossiers examinés chaque jour.

Cependant, les difficultés de délimitation de la population mère, nous amène à faire un choix d'une façon aléatoire.

Nous avons approché par questionnaire 50 jeunes entrepreneurs ayant sollicité l'ANSEJ pour créer une nouvelle entreprise (notre étude ne prend pas en considération la reprise des entreprises par des promoteurs) et qui sont en phase de pré-démarrage (étape de financement de l'activité). 50 jeunes entrepreneurs (hommes et femmes) dont l'âge varie entre 19 et 30 ans ont complété notre questionnaire et nous étions sur place c'est-à-dire en contact direct avec les jeunes entrepreneurs pour permettre une bonne compréhension des items du questionnaire car dans la plupart des temps les jeunes ont besoin d'effort pour bien comprendre le sens des questions posées vu leur niveau d'instruction souvent moyen.

Cependant, c'est tous les entrepreneurs qui ont rempli le questionnaire, c'est-à-dire un taux de réponse de 100% (c'est l'intégralité des individus ciblés qui ont répondu au questionnaire).

1.3.3. Le dépouillement du questionnaire :

De point de vue méthodologique, cet élément constitue la dernière étape de toute enquête de terrain. Il s'agit principalement de rendre toutes les informations recueillies exploitables en les présentant sous forme de données chiffrées dans des tableaux ou graphiques dont l'analyse permettra de tirer des conclusions justifiées.

Pour le traitement des données de chaque questionnaire, nous avons utilisé le logiciel des enquêtes sur terrain « sphinx plus² ».

Section 2 : Résultats de l'enquête auprès des jeunes entrepreneurs qui ont sollicité l'ANSEJ de Tizi-Ouzou :

Afin d'avoir une meilleure compréhension des prédispositions entrepreneuriales chez les jeunes et l'impact des dispositifs d'aide sur leur processus entrepreneurial, nous avons conduit une étude spécifique dont le but est de proposer des systèmes d'information sur des aspects précis de la création d'entreprise par les jeunes.

L'ambition est de fournir des repères à tous ceux qui s'intéressent à la création d'entreprise, pour promouvoir, directement ou indirectement, et diffuser son corollaire, l'esprit d'entreprise.

2.1. Résultats de l'enquête :

2.1.1. Identification du promoteur :

Parce que l'entrepreneur se situe au cœur de la dynamique du processus entrepreneurial, nous pouvons penser qu'il a une influence sur la destinée de son entreprise et qu'il en initie la trajectoire. Et aussi il est la cible des politiques de promotion de l'esprit d'entreprise. Il nous semble donc important de présenter, dans notre travail exploratoire, une synthèse des portraits des entrepreneurs interrogés qui fera l'objet de la première partie de notre enquête.

Il s'agit, dans un premier temps, de dresser un portrait basé essentiellement sur des paramètres sociologiques des personnes interrogées tel leur âge, sexe, niveau d'instruction, ainsi que ceux liés à l'interaction avec leur environnement proche.

Sexe :

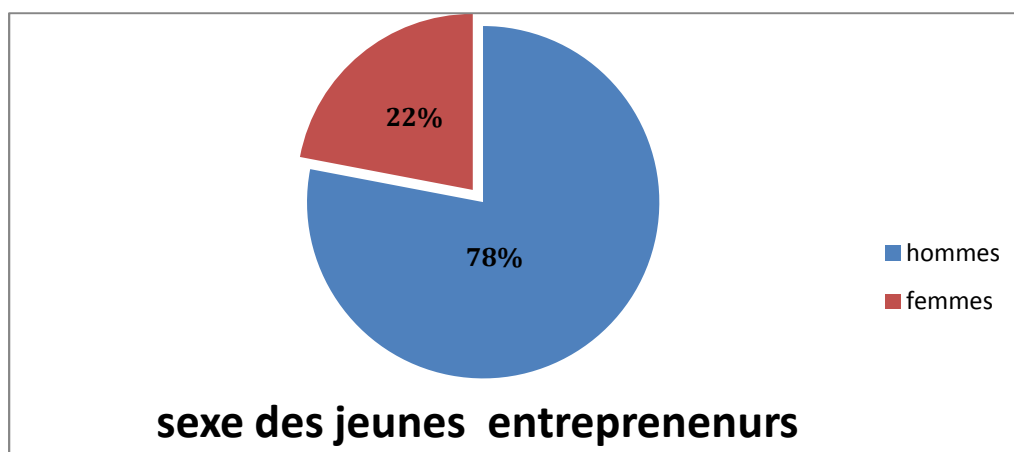
Nous avons souhaité, pour garantir un certain équilibre dans la représentativité de notre échantillon, interroger un certain nombre de femmes et d'hommes.

Par conséquent, 39 hommes (78 %) et 11 femmes (22 %) ont répondu favorablement à notre questionnaire.

Concernant les femmes, une question spécifique a été posée afin de savoir si le fait d'être une femme peut poser des difficultés lors de la création d'entreprise. Une seule femme a estimé avoir eu des difficultés compte tenu de son sexe, notamment dans le montage des procédures administratives.

A travers cette représentation, nous constatons clairement la prédominance des hommes sur les femmes dans l'activité entrepreneuriale créée dans le cadre de l'ANSEJ. Les aspirations féminines s'orientent plus vers la recherche d'une position sociale stable concrétisée par l'emploi ou la fondation d'une famille, que vers le goût de prendre des risques. Ainsi, ce résultat est largement influencé par les normes et traditions culturelles.

Figure n° 15 : Répartition des jeunes entrepreneurs selon le sexe.



Source : résultats de l'enquête, ANSEJ, 2011.

Age :

L'âge des personnes enquêtées varié de 19 ans à 30 ans avec une moyenne de 28,46 ans (28 ans 5 mois et 22 jours). Ceci est dû à l'une des conditions du dispositif qui exige la limite de l'âge entre 19 et 30 ans.

Le niveau d'instruction :

Développer un esprit entrepreneurial, nécessite un certain niveau d'étude de la population ciblée. Le niveau d'instruction peut être d'un apport important dans le développement de l'entreprise dans le sens où l'individu dispose de compétences et connaissances dans un domaine précis lui permettant de mieux gérer son affaire.

D'après le tableau ci-dessous, on constate que les jeunes entrepreneurs ont, en majorité, un niveau d'instruction moyen (38%), et (54%) ont un niveau au dessus du niveau moyen 32% pour le secondaire et 22% pour le niveau supérieur.

Ces résultats confirment l'une des conditions de l'ANSEJ en matière de qualification.

Tableau n°6 : La répartition des jeunes entrepreneurs selon leur niveau d’instruction.

Niveau d’étude	Effectifs	Pourcentages (%)
Primaire	04	8%
Moyen	19	38%
Secondaire	16	32%
Universitaire	11	22%
Total	50	100%

Source : résultats de l’enquête, ANSEJ, 2011.

Le diplôme obtenu :

Le tableau ci-dessus, montre que les jeunes entrepreneurs ont la majorité (78%) un diplôme de formation professionnelle, ce résultat est attendu de fait que ce type de diplôme préparent plus les jeunes à la vie active, et la création d’entreprises. Il nous renseigne aussi sur la nature de l’activité des entreprises créées qui sont des activités issues de ce type de formation (menuiserie, plomberie, tôlerie automobile, soudure,...). A travers ces chiffres, il nous paraît clairement que l’université a peu participé à la préparation des jeunes étudiants à l’entrepreneuriat.

Tableau n°7 : Répartition des jeunes entrepreneurs selon les diplômes obtenus.

Diplômes obtenus	Fréquences	Pourcentages (%)
Sciences sociales	5	10%
Sciences de l’ingénieur	6	12%
Formation professionnelle	39	78%
Total	50	100%

Source : résultat de l’enquête, ANSEJ, 2011.

La situation professionnelle avant la création d’entreprise :

La plupart des jeunes entrepreneurs interrogés étaient des chômeurs (40%), les stagiaires (des centres de formation surtout) occupent la deuxième position avec une portion de 28%, en troisième position viennent les employés dans d’autres entreprise (pré-emploi pour la majorité). En ce qui concerne cette dernière catégorie, 73% déclarent qu’ils vont créer leurs entreprises dans le même secteur d’activité que le poste qu’ils ont occupé avant de solliciter l’ANSEJ, et ils ont travaillé dans le secteur privé, d’ailleurs les conditions de travail difficiles, le faible salaire, longue durée de travail, la non déclaration à la sécurité sociale et l’insécurité de l’emploi avec une grande facilité de licenciement.

Cependant, La situation professionnelle de l'entrepreneur avant la création de l'entreprise peut donner une idée assez précise sur les principales motivations de sa création.

Tableau n°8: Répartition des jeunes entrepreneurs selon leur situation antérieure.

Situation antérieure de l'entrepreneur	Effectifs	Pourcentages (%)
Dirigeant d'une autre entreprise	01	2%
Employé	9	18%
Etudiant	06	12%
Stagiaire	14	28%
Chômeur	20	40%
Total	50	100%

Source : résultat de l'enquête, ANSEJ, 2011.

Expériences de la création d'entreprise :

Tableau n°9: Expériences des entrepreneurs par rapport à la création d'entreprise.

Expérience de la création d'entreprise		Effectifs	Pourcentage (%)
Issu(e) d'une famille d'entrepreneurs	- oui	15	30%
	- non	35	70%
Un membre de votre famille a créé une entreprise	- oui	28	56%
	- non	22	44%
Quelqu'un que vous connaissez a créé une entreprise	- oui	45	90%
	- non	05	10%

Source : résultat de l'enquête, ANSEJ, 2011.

Nous confirmons par là les mêmes résultats de Krueger, quand il avançait qu'être issu d'une famille entrepreneuriale procure de fait une culture entrepreneuriale, pour 56% des enquêtés ont un membre de leur famille avait déjà créé une entreprise. A travers ce résultat on peut aisément intégrer que l'individu issu de familles où un parent ou un proche était, ou est entrepreneur, puisse avoir une vision valorisée de l'entreprendre et donc une capacité accrue à favoriser son acte.

Les motivations de création de l'entreprise :

La motivation est considérée comme une force motrice constitue une variable à plusieurs dimensions qui nous permet d'expliquer l'amplitude et la persistance de l'engagement des efforts. Pour les jeunes générations l'entrepreneuriat offre des avantages multidimensionnels. Les jeunes ont actuellement de nouvelles valeurs professionnelles : l'entrepreneuriat comme choix de carrière est une option viable.

Tableau n° 10 : Les motivations à la création d'entreprise des jeunes entrepreneurs.

Les motivations	Effectifs	Pourcentages
Créer son propre emploi vu le chômage	46	42,20%
Goût d'entreprendre et prise de risque	12	11,00%
Etre indépendant	09	08,25%
Créer quelque chose de nouveau sur le marché	01	0,90%
Mettre en pratique les connaissances acquises	06	05,50%
Gagner plus d'argent	17	15,60%
Créer des emplois dans la région	04	03,7%
Investir des capitaux existants	02	01,85%
Bénéficier des avantages de l'ANSEJ	12	11,00%
Total	109	100%

Source : résultats de l'enquête, ANSEJ, 2011.

Ces résultats montrent que les personnes interrogées avaient donnée plus d'une seule motivation. En effet, sur les 50 entrepreneurs interrogés, nous avons obtenu 109 réponses, le nombre des réponses est plus important que le nombre des sondés car les réponses ne sont pas exclusives. La motivation qui revient le plus avec 42,2% est crée son propre emploi vu le chômage, la seconde motivation en fréquence de réponse est : gagner plus d'argent avec 15,6%. En troisième position, vient : Goût d'entreprendre (11%) et bénéficier des avantages de l'ANSEJ également (11%).

Ces résultats s'expliquent par la pression du chômage qui pousse les jeunes à envisager une carrière entrepreneuriale par la création de leurs propres boîtes. Gagner leur vie et les besoins de leurs familles constitue la deuxième motivation. Et on constate enfin que les avantages accordés par l'ANSEJ ne constituent pas une véritable motivation pour ces jeunes à entreprendre car seulement 11% déclarent que

ces avantages constituent une motivation. L'incitation à l'entrepreneuriat était dictée par la contrainte sociale, et non par les avantages financiers accordés par le dispositif pour la plupart des interrogés.

Les ressources à la création (autre que l'aide de l'ANSEJ et la banque) :

Tableau n°11: Les ressources pour la création d'entreprise.

Les ressources à la création	Effectifs	Pourcentages
Capitaux propres (personnels)	36	56,25%
L'emprunt auprès des membres de la famille ou des amis	28	43,75%
Prêts auprès du circuit informel	00	00,00%
Total	64	100%

Source : résultat de l'enquête, ANSEJ, 2011.

On constate à travers la lecture de tableau, l'existence de deux (02), sources de financement qui constituent l'apport personnel du promoteur autre que les avantages financiers reçus par l'ANSEJ et le crédit bancaire reçu dans le cadre d'un financement triangulaire. En effet, les capitaux propres constitue la premier ressource de financement avec 56,25% des réponses, et puis il ya le recours au financement informel (emprunt auprès des membres de la famille ou des amis) : le recours à ce type de financement constitue une source de financement appréciable selon les jeunes entrepreneurs interrogés (43,75%) compte tenu de ses caractéristiques : pas de formalités à remplir, pas de démarches à effectuer et surtout pas de garanties à avancer. D'après les entrepreneurs interrogés, ce type de financement permet un apport financier aux moments et aux endroits voulus et sans intérêts.

Réussir dans la création d'entreprise, il faut :

Tableau n°12 : La réussite entrepreneuriale pour les jeunes entrepreneurs.

Réussite dans la création	Effectifs	Pourcentages
Beaucoup de chance	7	7,95%
Beaucoup de préparation	10	11,35%
Certaines qualités personnelles	13	14,75%
Connaissance des gens influents	17	19,35%
Beaucoup d'effort et dynamisme	15	17,05%
Disponibilité à prendre des risques	12	13,65%
Ouverture à l'innovation	14	15,90%
Total	88	100%

Source : résultat de l'enquête, ANSEJ, 2011.

D'après ce tableau, on constate que les jeunes entrepreneurs estiment que la réussite entrepreneuriale dépend de la connaissance des gens influents (19,35%) qui reste aux yeux de plusieurs jeunes la clé de la réussite vu leur jeune âge et manque d'expérience, en suite en deuxième position se classe : beaucoup d'effort et dynamisme (17,05%). L'ouverture à l'innovation (15,9%) et la disponibilité à prendre des risques (13,65%) qui constituent des éléments essentiels de l'esprit entrepreneurial et un gage d'efficacité et de pérennité, ne constituent pas des composants de la réussite entrepreneuriale pour ces jeunes.

Difficulté à la création d'entreprise :

Tableau n°13 : Les difficultés à la création des jeunes entrepreneurs.

Difficulté à la création	Effectifs	Pourcentages
Prospection de la clientèle potentielle	10	10,20%
Manque d'informations	17	17,35%
Manque de soutien moral	08	8,15%
Recherche de fonds propres	07	7,15%
Recherche de personnel qualifié	05	5,10%
Recherche du foncier	03	3,10%
Lenteurs et lourdeurs administrative	48	48,95%
Total	98	100%

Source : résultat de l'enquête, ANSEJ, 2011.

De la lecture de tableau ci-dessus, on remarque que les lenteurs et lourdeurs des procédures administratives constituent la principale difficulté qui entrave les jeunes potentiels à se lancer dans l'aventure de création d'une entreprise seulement deux (02) entrepreneurs n'ont pas cité cet élément comme une difficulté (48,95% des réponses), elles se traduisent généralement par l'excès des démarches et des procédures exigées, la complexité et la non coordination de ces dernières pour obtenir auprès des administrations locales et même centrales les accords nécessaires à l'installation, à l'établissement et au démarrage effectif de l'entreprise. Et puis les jeunes promoteurs ont signalé en deuxième position (17,35% des réponses) le manque d'informations, une difficulté signalée par les promoteurs à 17 reprises. Et les autres difficultés pour la majorité des enquêtés ne constituent pas des difficultés significatives et ne dépassant pas les 10% de total des réponses.

2.1.2. Identification de l'entreprise et processus de création :

La localisation :

La plupart des jeunes entrepreneurs envisagent de créer leurs entreprises dans leur région d'origine, cette confirmation est annoncée par 90% des promoteurs de fait qu'ils connaissent mieux la région et les populations locale. Cela pour bénéficier d'un réseau de soutien et de relations personnelles et par attachement à leur lieu de naissance et être près de leur famille.

Le statut juridique :

Tableau n°14 : La répartition juridique des entreprises.

Statut juridique	Effectifs	Pourcentages
EURL	06	12,00%
SARL	03	06,00%
SPA	00	00,00%
SNC	13	26,00%
E. INDIVIDUELLE	28	56,00%
Total	50	100%

Source : résultat de l'enquête, ANSEJ, 2011.

On remarque que la majorité des entreprises créées par les jeunes dans le cadre des dispositifs ANSEJ, vu leur structure et le nombre d'employés, sont des entreprises individuelles (56%), et en deuxième position, il y a les SNC des entreprises créées par des associés (frères), qui sont considérées comme des entreprises familiales.

Activité principale :

Tableau n°15 : Répartition des entreprises par secteur d'activité¹³⁸.

Activité principale	Fréquence	Pourcentages
Services	22	44%
Artisanat	03	06%
agriculture	04	08%
Hydraulique	01	02%
Pêche	00	00%
Transport	00	00%
Industrie	07	14%
BTPH	06	12%
Profession libérale	05	10%
Maintenance	02	04%
Total	50	100%

Source : résultat de l'enquête, ANSEJ, 2011.

¹³⁸ Cette classification a été établie en fonction de la catégorie adoptée par l'ANSEJ.

Le tableau nous montre que 44% des entreprises s'exercent dans les services (salon de coiffure, cyber café, fast food,...), ces activités de subsistance inondent les villes en Algérie. Les activités industrielles se classent en deuxième position. Elles représentent (14%) des créations totales. Et puis, les entreprises de BTPH (12%) de total des créations viennent en troisième position.

Nombre d'employés :

Tableau n°16 : Répartition des effectifs des entreprises à créer.

Nombre d'employés	Effectifs	Pourcentages
De 1 à 5	31	62%
De 6 à 10	15	30%
De 11 à 15	02	04%
De 16 à 20	02	04%
De 21 à 25	00	00%
De 26 à 30	00	00%
Total	50	100%

Source : résultat de l'enquête, ANSEJ, 2011.

Les effectifs des entreprises de l'échantillon varient de 1 à 17 employés, et la majorité (62%) ont de 1 à 5 employés, ce qui correspond aux caractéristiques des toutes petites entreprises (TPE) ou bien les micro-entreprises.

Le choix du secteur d'activité a été déterminé en fonction :

Tableau n°17 : Détermination de choix du secteur d'activité.

Le choix du secteur	Effectifs	Pourcentages
Des conseils de l'ANSEJ	00	00%
Des conseils des amis ou famille	11	15,5%
Evaluation des opportunités présentent dans l'environnement	09	12,65%
Du Diplôme acquis	29	40,85%
Expériences antérieures dans le domaine	22	31,00%
Total	71	100%

Source : résultat de l'enquête, ANSEJ, 2011.

On remarque à travers la lecture de tableau que certaines personnes questionnées avaient choisi leur activité en fonction de plusieurs facteurs. La réponse la plus fréquente (40,85%) a été le choix en fonction de leur diplôme acquis qui confirme le type du diplôme obtenu où les diplômes de la formation professionnelle

prédominent le classement par rapport aux autres. En deuxième position, les enquêtés ont cité l'expérience acquise antérieurement comme un déterminant pour 22 jeunes entrepreneurs le choix du secteur d'activité.

Il faut signaler que l'ANSEJ n'a joué aucun rôle, dans le choix du secteur d'activité des jeunes ayant répondu à notre questionnaire.

Connaissances en entrepreneuriat :

Il faut signaler qu'à part dans les milieux universitaires, le vocable entrepreneuriat en Algérie ne fait pas encore partie du langage courant des acteurs concernés par la création d'entreprise (réseaux de soutien, les organismes de financement et les créateurs eux-mêmes). Le résultat ci-dessous reflète bien notre précédent constat car pour presque la totalité des enquêtés n'ont aucune connaissance dans le domaine de l'entrepreneuriat. Il y a même ceux qui déclarent que c'est la première fois qu'ils entendent cette notion.

Tableau n°18 : Les connaissances entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs.

Connaissances préalable en entrepreneuriat	Effectifs	Pourcentages
- Oui	09	18%
- Non	41	82%
Total	50	100%

Source : résultats de l'enquête, ANSEJ, 2011.

La réalisation de l'étude de marché et les moyens de cette étude :

Tableau n°19 : Réalisation d'une étude de marché.

Etude de marché	Effectifs	Pourcentages
- Oui	22	44%
- Non	28	56%
Total	50	100%

Source : résultats de l'enquête, ANSEJ, 2011.

Le moyen utilisé pour réaliser l'étude :

Tableau n°20 : Le moyen de la réalisation de l'étude de marché.

Moyen de l'étude de marché	Effectifs	Pourcentages
Propres	22	100%
Bureau d'étude	00	00%
Total	22	100%

Source : résultats de l'enquête, ANSEJ, 2011.

Pour seulement 44% de l'échantillon ont recours à l'étude de marché. Les autres se contentent seulement à une observation quotidienne du marché potentiel dont ils vont pénétrer. Ceux qui ont fait cette étude déclarent qu'ils l'ont tous réalisé avec leurs propres moyens sans faire recours aux bureaux d'étude spécialisés en raison du coût élevé de ces derniers.

Attitudes par rapport à l'innovation et la nouveauté de l'activité :

• ***Nouveauté :***

Tableau n°21 : la nouveauté de l'activité dans la région.

La nouveauté de l'activité dans la région	Effectifs	Pourcentages
- Oui	07	14%
- Non	43	86%
Total	50	100%

Source : résultats de l'enquête, ANSEJ, 2011.

• ***Innovation :***

Tableau n°22 : Intention des entrepreneurs à l'innovation.

Innover dans l'entreprise	Effectifs	Pourcentages
- Oui	13	26%
- Non	37	74%
Total	50	100%

Source : résultats de l'enquête, ANSEJ, 2011.

A travers les résultats précédents, nous constatons que la majorité des créations sont des créations par imitation ou de reproduction dans la majorité des temps non porteuses de valeur nouvelle, ni de changement pour l'environnement, ce résultat est justifié par 86% des jeunes qui estiment que l'activité à créer n'est pas de tout nouvelle.

Concernant l'innovation, la majorité des jeunes estiment que cette dernière est un risque. Ils sont 74% à avoir déclarés qu'ils ont une intention négative vis-à-vis de l'innovation.

Formation pour créer l'entreprise :

Tableau n°23: la formation pour créer une entreprise.

Formation	Effectifs	Pourcentages
- Oui	06	12%
- Non	44	88%
Total	50	100%

Source : résultats de l'enquête, ANSEJ, 2011.

On constate qu'une grande partie (88%) des créateurs n'ont reçu aucune formation pour créer leur entreprise. Vu le type des entreprises créées, et la nature de l'activité les jeunes entrepreneurs se limitent seulement à leur formation de base et à la maîtrise du métier. Seules 06 personnes de l'échantillon avaient fait une formation avant de créer leur entreprise, il s'agit des formations particulièrement en hôtellerie, en informatique, en génie civil, comptabilité et fiscalité,....

Besoins en formation :

Ces jeunes entrepreneurs sont conscients de l'importance de la formation et les énormes déficits qu'ils ont en la matière, alors plus de la moitié (56%) déclarent en avoir besoin. La plupart estiment avoir besoin de formation en gestion de la petite entreprise, en Comptabilité et finance, techniques de vente, administratif et juridique, fiscalité,...

2.1.3. Attitudes vis-à-vis des facteurs politiques et économiques :

La politique gouvernementale et la création d'entreprise :

Tableau n°24 : Influence de la politique gouvernementale sur la création d'entreprise.

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord
La protection sociale favorise la création,	11	07	12	20
Les politiques publiques stables,	04	08	21	17
Formalités administratives ne prennent pas plus de trois mois,	02	04	17	27
Fiscalité ne freine pas la création d'entreprise,	03	02	25	20
Facile de trouver un interlocuteur compétent,	07	05	14	24
Les aides sont accessibles	16	13	13	08
Organismes d'aide à la création d'entreprise sont importants aux créateurs,	19	21	04	06
Un nombre approprié de dispositifs.	18	17	10	05

Source : résultats de l'enquête, ANSEJ, 2011.

On remarque à travers les réponses avancées par les enquêtés (tableau ci-dessus) que la plupart d'entre eux sont conscients de l'importance des dispositifs d'aide à la création d'entreprise pour les entrepreneurs et pensent que l'Etat a mis en place un nombre approprié. L'accès aux aides pour ces jeunes est moins facile. Cependant, les répondants pensent qu'il n'est pas facile de trouver des interlocuteurs compétents dans ces organismes.

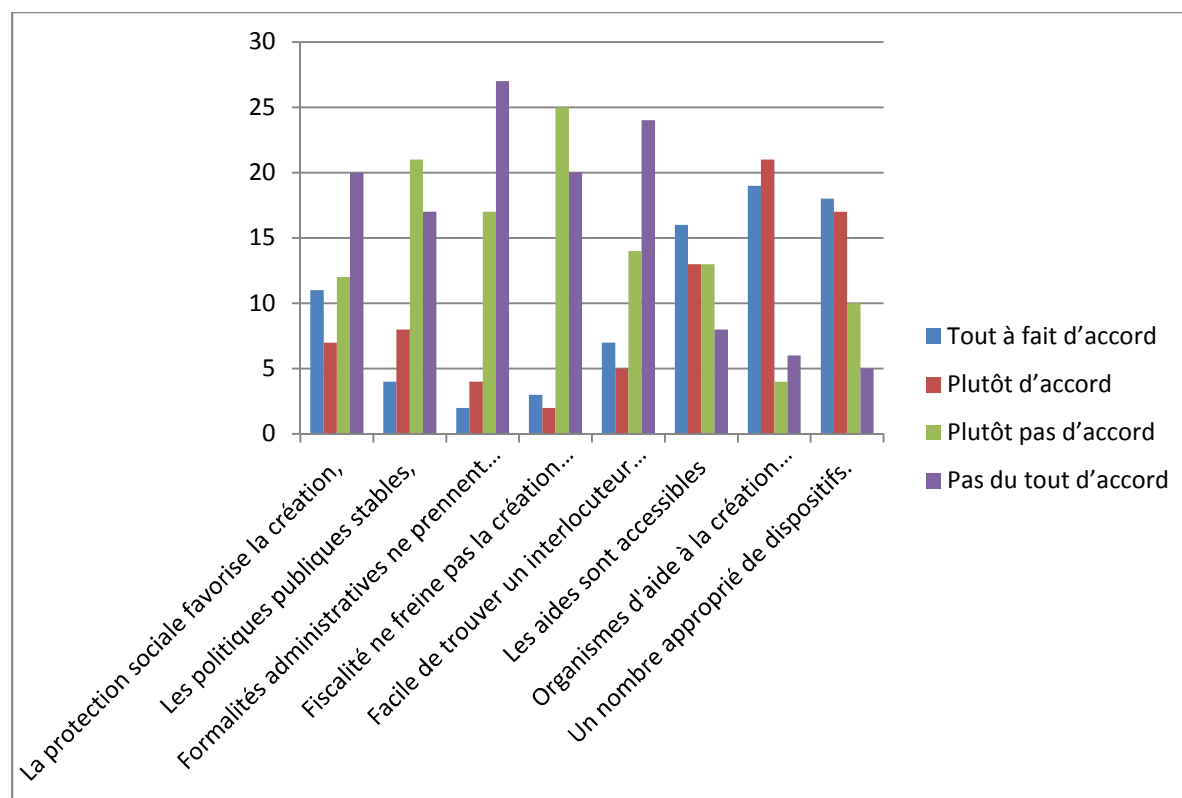
En général, les personnes sont d'accord pour dire que les formalités administratives sont très longues et que les politiques publiques, consacrées à la création d'entreprise, ne sont ni stables ni cohérentes.

Selon notre échantillon, la protection sociale et la fiscalité ne favorisent pas la création d'entreprise. En Algérie, l'assurance chômage et l'allocation retraite sont très faibles (calculés en pourcentage du salaire). Il n'existe pas de trappe à l'inactivité comme ce qui est constaté dans la majorité des pays développés, où le revenu minimum d'insertion et certaines aides sociales poussent certains actifs à refuser un emploi. Quand à la fiscalité, l'Algérie avec les différentes structures a mis en place des mesures d'aide et d'allègement fiscal pour les nouvelles créations. Nous pensons que le manque d'informations sur les nouvelles lois accentue le sentiment d'incertitude.

Il est légitime de signaler que l'environnement institutionnel reste négativement perçu par la plupart des interrogés, malgré tous les efforts déployés par l'Etat pour encourager l'entrepreneuriat. Les perceptions négatives de l'environnement institutionnel réduisent les tendances des entrepreneurs à rechercher la croissance, voire à manquer de vision entrepreneuriale.

Ceci étant dit, le dynamisme de l'esprit d'entreprise est fortement tributaire des conditions économiques, sociales et institutionnelles qui prévalent à l'échelon local et régional. L'émergence de l'esprit d'entreprise est tributaire de la mise en place d'un environnement propice à l'entrepreneuriat et à la création d'entreprise dans lesquelles jeunes entités innovantes peuvent croître rapidement.

Figure n°16 : la politique gouvernementale et incitation à l'entrepreneuriat.



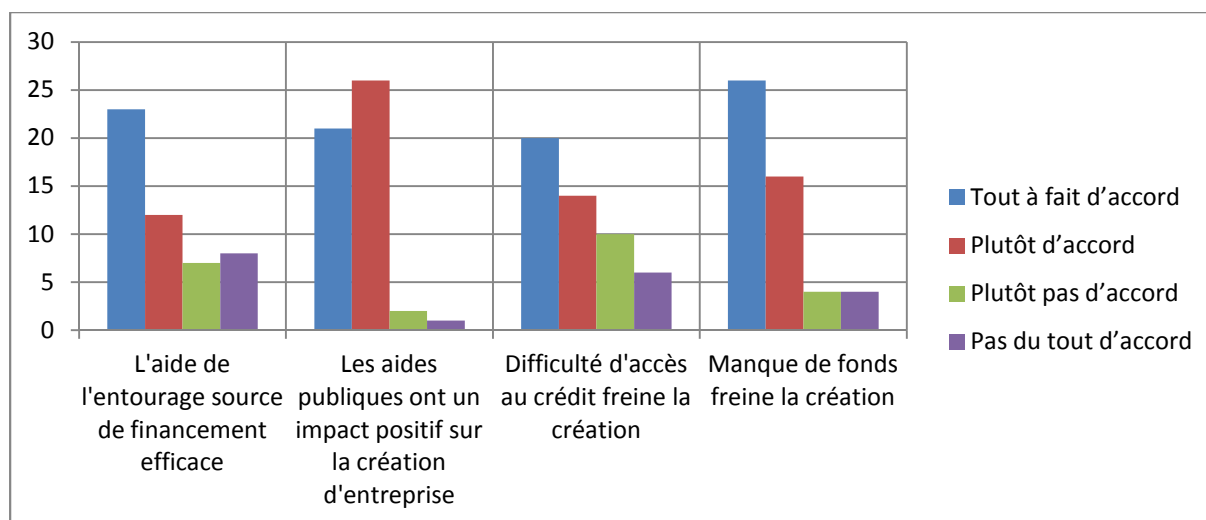
Le financement :

Tableau n°25 : La dimension financière et création d'entreprises.

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord
L'aide de l'entourage source de financement efficace	23	12	07	08
Les aides publiques ont un impact positif sur la création d'entreprise	21	26	02	01
Difficulté d'accès au crédit freine la création	20	14	10	06
Manque de fonds freine la création	26	16	04	04

Source : résultats de l'enquête, ANSEJ, 2011.

Figure n°17 : La dimension financière selon les jeunes entrepreneurs.



Malgré la prise de conscience collective sur la nécessité de moderniser le système bancaire et financier ainsi que le développement des organismes d'aide à la création d'entreprise, les répondants sont d'accord pour déclarer que la difficulté d'accès au crédit et/ou le manque de financement freinent la création d'entreprise.

A ce jour, les banques et les organismes de prêts, ne jouent pas leur rôle qui est de financer l'économie, alors qu'ils ne manquent pas de fonds. Les banquiers restent prudents quant à l'octroi de crédits car la gestion du risque n'est pas bien maîtrisée. Le risque opérationnel présent de fait que la prudence est au maximum.

En ce qui concerne les négociations avec la banque, les organismes d'aide jouent un rôle important pour le jeune promoteur car la nouvelle réglementation stipule que tout dossier déclaré éligible par ces organismes, reçoit automatiquement les financements nécessaires par les banques, chose qui permet aux promoteurs d'éviter les lenteurs administratives et les pratiques de clientélisme exercées par les banquiers.

Pour la plupart des entrepreneurs, d'autres sources de financement de création d'entreprises ont donc repris le rôle des banques. L'aide des proches devient une source importante de financement. Un grand nombre de projets ne verront pas le jour s'il fallait compter uniquement sur la banque.

Causes des difficultés d'accès à un crédit bancaire :

Tableau n° 26 : les causes des difficultés d'accès à un crédit bancaire.

Causes des difficultés d'accès à un crédit bancaire	Effectifs	Pourcentage
Manque de confiance	19	25,68%
Pas de garantie de remboursement	21	28,38%
L'inexistence de banques spéciales pour les PME-PMI	34	45,94%
Total	74	100%

Source : résultats de l'enquête, ANSEJ, 2011.

Le tableau montre que les jeunes promoteurs interviewés croient qu'en Algérie, il n'existe pas vraiment de banques spéciales pour les PME/PMI, ils sont (45,94%) avoir déclaré cette affirmation, elle constitue en effet une difficulté pour le promoteur potentiel car avoir un crédit auprès des banquiers reste une chose difficile, vu les difficultés bureaucratiques exercées par les banquiers même si le promoteur a satisfait l'intégralité des conditions exigées par ces derniers. la confiance concernant les garanties de remboursement est la véritable problématique entre les petites et moyennes entreprises privées et les banques étant donné leur faible taille, leur fragilité financière et leur faible part de marché.

2.1.4. Accompagnement et appui à la création d'entreprise par l'ANSEJ :

Impact de l'ANSEJ sur le choix d'une carrière entrepreneuriale :

Tableau n°27: Le rôle de l'ANSEJ dans le choix de devenir entrepreneur.

	Réponses	Effectifs	Pourcentages
L'ANSEJ vous pousse à devenir entrepreneur	- Oui	21	42%
	- Non	29	58%
Sans l'ANSEJ créez-vous votre entreprise ?	- Oui	31	62%
	- Non	19	38%
Sans les avantages de l'ANSEJ comptez-vous créer votre entreprise tout seul ?	- Oui	27	54%
	- Non	23	46%

Source : résultat de l'enquête, ANSEJ, 2011.

On remarque toute suite à travers la lecture des résultats du tableau que le dispositif ANSEJ par le biais des divers avantages qu'il accorde, n'a pas contribué d'une façon remarquable à pousser les jeunes pour devenir entrepreneurs. En effet, ils sont seulement 42% avoir déclaré que l'ANSEJ a exercé une influence sur leur choix d'une carrière entrepreneuriale.

Sur notre échantillon, 62% des sondés déclarent que même sans les aides, les avantages et les allègements accordés par le dispositif, ils ont tous confiance en soi et le dynamisme pour lancer la création, ainsi pour ces entrepreneurs les avantages accordés ne constituent qu'une motivation classée supplémentaire, car la création d'une entreprise est un rêve d'enfance pour la plupart des jeunes entrepreneurs.

Au total, nous tenons à signaler d'après les propos recueillis auprès des jeunes promoteurs que la mise en place des dispositifs en Algérie n'a qu'un effet limité sur le choix d'une carrière entrepreneuriale, ils ne participent pas vraiment à la diffusion des visions entrepreneuriale, vu le statut et le niveau d'instruction des promoteurs visés, ainsi que le type et la qualité des entreprises créées par ces derniers.

Causes de recours à l'ANSEJ pour créer l'entreprise :

Tableau n°28 : Les causes de recours à l'ANSEJ par les jeunes entrepreneurs.

	Effectifs	Pourcentages
Avoir des conseils, formations et suivi	12	12,64%
Rechercher des financements	45	47,36%
Rechercher des avantages fiscaux et parafiscaux	21	22,10%
Diminuer le risque lié à l'activité de création d'entreprise	17	17,90%
Total	95	100%

Source : résultat de l'enquête, ANSEJ, 2011.

Les jeunes entrepreneurs estiment dans la plupart des réponses d'avoir fait recours à l'ANSEJ dans le but de bénéficier des avantages financiers (crédits sans intérêt et bonification des taux d'intérêt), cette réponse est citée par presque tous les enquêtés (45 fois), et elle représente 47,36% des réponses. Et puis en deuxième position les jeunes entrepreneurs ont cité comme cause la recherche des avantages fiscaux et parafiscaux, elle représente 22,10% des réponses, c'est presque la moitié qui ont cité cette réponse comme étant la raison qui les pousse à solliciter ce dispositif.

Classification des aides de l'ANSEJ :

Tableau n°29: Classification des aides accordées par l'ANSEJ.

<i>Aide de l'ANSEJ</i>	Réponses	Classification
Crédit sans intérêt	43	1
Bonification du taux d'intérêt	26	2
Aides fiscales et parafiscales en phase de réalisation du projet	24	3
Aides fiscales et parafiscales en phase d'exploitation du projet	14	4

Source : résultats de l'enquête, ANSEJ, 2011.

Les jeunes promoteurs ont classé en première position le crédit sans intérêt, car pour ce type d'aide le jeune ne rembourse aucun centime, il ne supporte aucun intérêt. En seconde place la bonification du taux d'intérêt bancaire, ce type d'aide intervient dans le cadre du financement dit triangulaire où le promoteur reçoit en plus du crédit sans intérêt, un crédit accordé par la banque avec un taux d'intérêt bonifié. En troisième position les interrogés ont classé les allègements fiscaux en phase de réalisation telles que la franchise de la TVA pour l'acquisition des biens d'équipements entrant directement dans la réalisation de l'investissement et l'application du taux réduit de 5% en matière de droit de douane pour les biens d'équipement importés.

Le niveau d'efficacité des services de l'ANSEJ :

Tableau n°30: classification de niveau d'efficacité des services de l'ANSEJ.

	réponses	Classification
La diffusion des informations qui concernent les subventions octroyées	24	1
Le suivi post-crédation d'entreprise	13	4
Présentation des conseils réglementaires	20	3
Négociation avec la banque	21	2
Organisation des salons d'exposition	06	5
Formation et recyclage des entrepreneurs	03	6

Source : résultat de l'enquête, ANSEJ, 2011.

Les jeunes créateurs pensent que les informations concernant les subventions octroyées ont été bien diffusées et bien expliquées par les accompagnateurs de l'ANSEJ, chose qui poussent ces jeunes à afficher leur entière satisfaction en matière

de la compréhension des formules du financement et les divers avantages dont dispose l'Agence. Cette réponse était citée 24 fois, est classée à la première position devant la négociation avec la banque citée 21 fois. En troisième position se classe les conseils et le montage administratifs et réglementaire des dossiers. Mais la majorité des promoteurs estiment qu'il y a beaucoup d'insuffisances surtout les lourdeurs et les lenteurs dans le montage et le traitement des dossiers.

Constat générale sur l'ANSEJ et les divers avantages :

Tableau n°31 : Le constat des jeunes entrepreneurs sur l'ANSEJ et les divers avantages.

	Réponses	Effectifs	Pourcentages
Bénéficiaire seulement des avantages financiers, fiscaux et parafiscaux, est-il suffisant pour créer une entreprise ?	- Oui - Non	15 35	30% 70%
Réduire le risque financier uniquement permet de réduire le risque global lié à la création d'une entreprise.	- Oui - Non	21 29	42% 58%
Constat de l'accompagnement accordé par l'ANSEJ.	- Excellent - Bon - Moyen	04 14 32	08% 28% 64%
Satisfait des divers services reçus par l'ANSEJ.	- Oui - Non	40 10	80% 20%

Source : résultat de l'enquête, ANSEJ, 2011.

Le tableau précédent démontrent que 70% des enquêtés pensent que le fait de bénéficier seulement des avantages financiers, et des allègements fiscaux reste insuffisant pour créer une entité, les avantages restent un appui nécessaire mais tout seul insuffisant. Et d'autre coté 58% des jeunes ne sont pas d'accord sur le fait d'avoir des financements non risqués et son pression contribue à la réduction de risque global lié au lancement d'une affaire.

Concernant le constat fait par les jeunes entrepreneurs par rapport à l'accompagnement, 32 personnes (64%) déclarent qu'il est tout juste moyen et 14 personnes (28%) estiment qu'il est bon. La minorité 04 personnes (8%) pensent qu'il est excellent.

Enfin, pour la majorité des enquêtés (80%) attestent qu'ils sont totalement satisfait des divers services reçus par l'ANSEJ et ses partenaires.

Continuer ou arrêter l'activité (perspectives):

La grande majorité des entrepreneurs de notre échantillon ne sont pas chauds à laisser tomber leur affaire, ils n'ont pas l'intention d'abandonner ou d'arrêter l'activité. Ils estiment qu'ils ont beaucoup sacrifié (temps, argent), alors ils n'ont aucun intérêt à arrêter. Mais, la vulnérabilité des micros-entreprises reste une menace à la pérennité de ces entités.

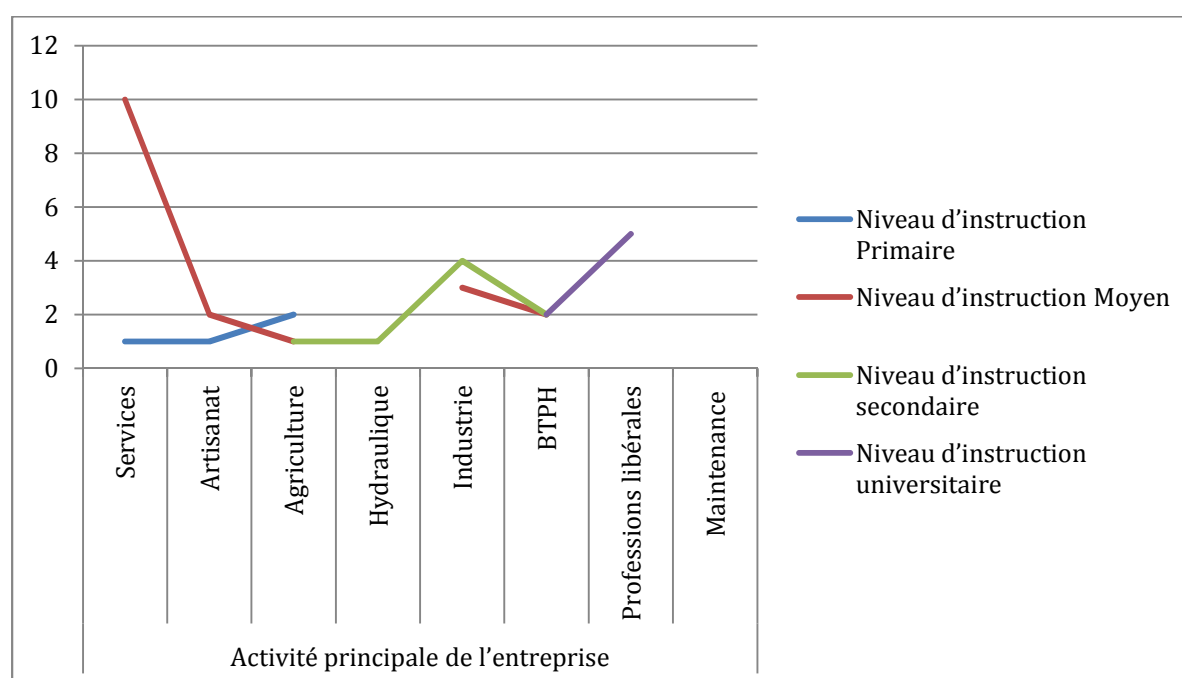
2.2. Le tri croisé des résultats :

Tableau n° 32: Niveau d'instruction et activité choisie.

		Activité principale de l'entreprise								Total
		Services	Artisanat	Agriculture	Hydraulique	Industrie	BTPH	Professions libérales	Maintenance	
Niveau d'instruction	Primaire	1	1	2						04
	Moyen	10	2	1		3	2		1	19
	secondaire	7		1	1	4	2		1	16
	universitaire	4					2	5		11
Total		22	03	04	01	07	06	05	02	50

Source : Résultats de l'enquête, ANSEJ, 2011.

Figure n°18 : Liaison entre le niveau d'instruction et l'activité choisie :



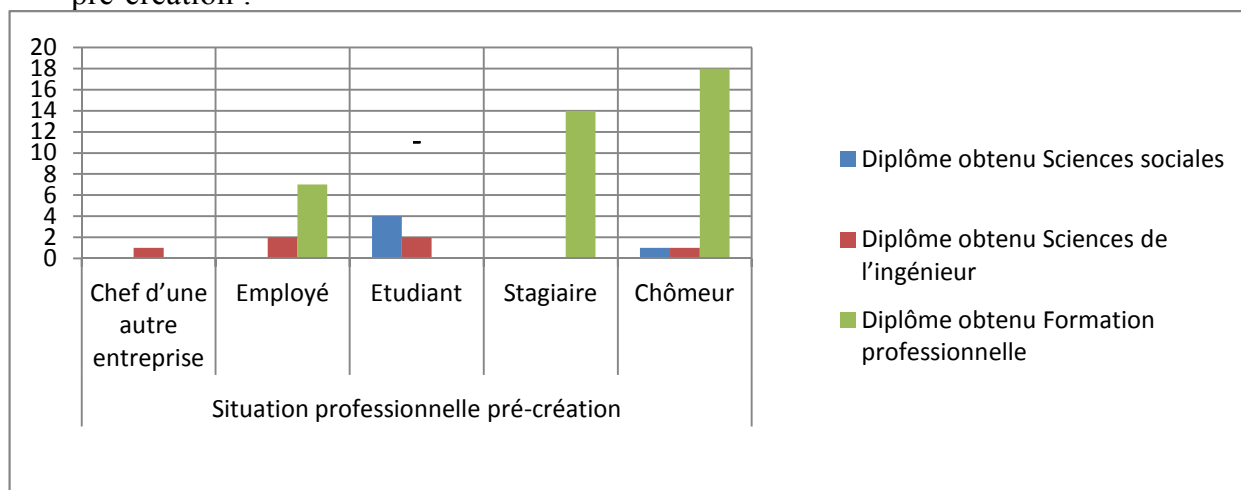
Suit à la lecture du tableau ci-dessus, on remarque que le niveau moyen est dominant dans toutes les activités, cette domination est expliquée par le recours des jeunes vers des activités nécessitant une qualification professionnelle. Les jeunes relevant de ces activités sont souvent des jeunes qui ne viennent pas des grandes écoles, ou des grandes universités mais d'écoles techniques, et des centres de formation professionnelle où ils ont acquis un métier pratique. Ainsi, le niveau moyen domine dans les métiers comme la menuiserie, plomberie, fast-food, la boulangerie, l'agriculture, la coiffure. Le secondaire concerne surtout les activités de l'industrie, et en fin le supérieur (universitaire), il domine les activités de communication, professions libérales, informatiques et le BTPH.

Tableau n°33 : Le diplôme obtenu et la situation professionnelle pré-crédation.

		Diplôme obtenu			Total
		Sciences sociales	Sciences de l'ingénieur	Formation professionnelle	
Situation professionnelle	Chef d'une autre entreprise		01		01
	Employé		02	07	09
	Etudiant	04	02		06
	Stagiaire			14	14
	Chômeur	01	01	18	20
Total		05	06	39	50

Source : Résultats de l'enquête, ANSEJ, 2011.

Figure n°19 : Rapport entre le diplôme obtenu et la situation professionnelle pré-crédation :



On constate que les jeunes créateurs sont issus des centres de formation professionnelle et qui sont en situation du chômage avant de créer leurs entreprises sont majoritaires dans notre échantillon. Cette situation est peut être due au fait que les diplômés de la formation professionnelle (menuiserie, plomberie, électricité bâtiment,...) préparent mieux les jeunes à créer une entreprise comparativement aux universités, les grandes écoles et instituts. Le chômage d'un autre coté touche beaucoup plus ces jeunes diplômés par rapport aux diplômés des sciences sociales et de l'ingénieur car ce sont des métiers peu demandés sur le marché du travail.

Section 3 : Analyse de l'impact des politiques entrepreneuriale sur l'esprit d'entreprise des jeunes suite au recueil d'informations :

Parce que l'entrepreneur se situe au cœur de la dynamique du processus entrepreneurial, il constitue aussi la cible des politiques publiques initiées pour promouvoir l'esprit d'entreprise, en effet l'entrepreneur est mis au centre de la réflexion pour l'élaboration des politiques de développement. Plusieurs institutions ont vu le jour rien que pour aider l'entrepreneur à créer et accroître son affaire. Nous pouvons penser que ces politiques ont une influence sur les motivations, comportements, aptitudes et les attitudes de l'entrepreneur et la destinée de son entreprise et qu'il en initie la trajectoire. Il nous semble donc important de présenter, dans notre travail exploratoire, une synthèse des portraits des entrepreneurs interrogés ayant sollicités l'ANSEJ, ainsi que leur logique entrepreneuriale pour déduire la nature des entrepreneurs et la logique entrepreneuriale envisagée par ces jeunes entrepreneurs.

3.1. Des connaissances entrepreneuriales restent insuffisantes:

De nos jours en Algérie, il nous apparait légitime de signaler que à part dans les milieux universitaires, le vocable « entrepreneuriat » ne fait pas encore partie du langage courant des acteurs concernés par la création d'entreprise (créateurs eux-mêmes, politiques, réseaux d'accompagnement, organismes de financements).

C'est le terme « création d'entreprise » qui est le plus couramment utilisé.

Il est légitime de nous demander, à ce stade, si cet ensemble d'expressions utilisées dans ce sens par le milieu de la création ne constitue pas un détournement ayant fortement contribué à créer des confusions sur les objectifs poursuivis par chacune des parties.

Les pouvoirs publics et les créateurs placent évidemment toutes leurs ambitions sur ce qu'ils pourront tirer de cette création. Il semble bien cependant, à examiner les politiques des uns pour encourager les autres, qu'il existe un fort décalage sur ce qu'ils en attendent réciproquement.

En l'absence de système éducatif préparant les jeunes à l'entrepreneuriat, l'accompagnement se doit de jouer un rôle pédagogique. Il devient donc nécessaire de repréciser les rôles dévoués à l'accompagnement et, donc, aux professionnels de l'accompagnement.

En effet nous estimons que la formation d'un entrepreneuriat national est un phénomène qui devrait nécessairement se développer et se consolider dans les années à venir, à travers d'une large diffusion et émergence d'un esprit entrepreneurial favorisant la créativité, l'innovation et une aversion à la prise de risque.

3.1.1. Une intention entrepreneuriale pour une intégration sociale :

Les premiers résultats mettent tout d'abord en lumière une intention entrepreneuriale forte. Cette intention ne s'explique pas uniquement par l'attrait important face à l'entrepreneuriat. Mais, au regard d'une situation sociale plus dégradée, l'entrepreneuriat constitue d'abord, pour les jeunes, une voie d'évitement de difficultés d'insertion sociale. Pour pratiquement la totalité (92%) d'entre eux, le fait d'échapper au chômage prime sur toutes les autres motivations à se lancer dans la création d'entreprise. La création d'entreprise est devenue la voie d'insertion professionnelle la plus privilégiée pour cette population. Pour le reste des jeunes, deux autres motivations ont été avancées. L'entrepreneuriat résulte de la volonté de travailler pour son propre compte c'est-à-dire le goût d'entreprendre et la prise de risque.

Enfin, apparaît comme dernière explication du choix de cette option, le rôle joué par le dispositif d'appui qui constitue comme une motivation pour ces jeunes entrepreneurs.

3.2. Analyse des catégories de jeunes entrepreneurs issus de l'ANSEJ :

3.2.1. Logique d'action entrepreneuriale comme point de départ de la réflexion :

En se référant aux résultats de l'enquête réalisée, on distingue l'existence « d'une race de jeunes créateurs étaient influencés par le dispositif pour créer une entreprise », nommés les « explorateurs ». Pour ces créateurs la création représente la découverte d'un monde nouveau avec toutes les craintes et les difficultés que cette découverte engendre. En effet, par leur origine socioprofessionnelle, ils n'ont pas acquis les éléments de psychologie, de culture et de connaissance par la formation nécessaire pour se lancer dans cette aventure. Il est possible de subdiviser cette catégorie en « mutants » et en « individualistes ».

- *Les mutants* : cette catégorie de création ne dépasse pas 05 emplois par entreprise (menuiserie, plomberie, soudure, tôlerie automobiles, restaurants,...), ces jeunes entrepreneurs ont acquis une qualification professionnelle sans expérience et tentent de créer leur propre boîte. La création de leur entreprise est leur dernière chance de vivre autrement qu'au chômage.
- *Les individualistes* : cette autre catégorie de création ne dépasse pas 03 emplois par entreprise (les entreprises agricoles, de transport,...), sont présentés comme parasites du système. Suite à la situation du chômage ou l'insatisfaction de leur emploi, ils entendent parler des aides à la création d'entreprise et comptent bien tirer profit du système.

3.2.2. Les jeunes entrepreneurs et leur logique d'action entrepreneuriale :

Bruyat (1993)¹³⁹, propose une typologie des logiques d'action. Pour l'auteur, il existe un lien dialogique étroit entre le créateur d'entreprise et l'entreprise créée. L'entrepreneur est l'agent économique responsable du processus de création de valeur, ainsi en fonction de cette logique, il est possible de définir une typologie des systèmes entrepreneuriaux qui illustrent l'hétérogénéité du phénomène entrepreneurial.

¹³⁹ BRUYAT. C, (1993), op.cit.

Cette typologie conduit à identifier quatre catégories d'entrepreneurs en fonction de l'intensité du changement induit par la création d'entreprise sur le porteur de projet et en fonction de l'intensité de la création de valeur pour l'environnement.

Certains projets sont peu créateurs de valeur tandis que d'autres sont innovants. De même, certains projets peuvent induire peu de changement pour l'individu en termes de savoir-faire, de réseau de relations ou de statut social.

Chacun de ces types d'entrepreneuriat appelle des actions spécifiques en matière de politiques économiques car ils nécessitent la mise en place d'instruments spécifiques adaptés au degré de complexité du processus engagé.

3.2.3. Types d'entrepreneuriat possibles à travers l'analyse des logiques

d'action :

3.2.3.1. L'entrepreneuriat de reproduction : qui crée peu de nouvelle valeur et n'est pas en soi innovant et qui s'inscrit dans des compétences que l'individu maîtrise très bien. Il s'agit du type d'entrepreneuriat le plus courant qui est basé sur les compétences acquises et un risque réduit si le projet est bien réfléchi. On y retrouve les entreprises individuelles de restauration, de commerce de détail, de travaux de construction, de services personnels,...

Ces activités représentent environ 70% des créations dans notre échantillon.

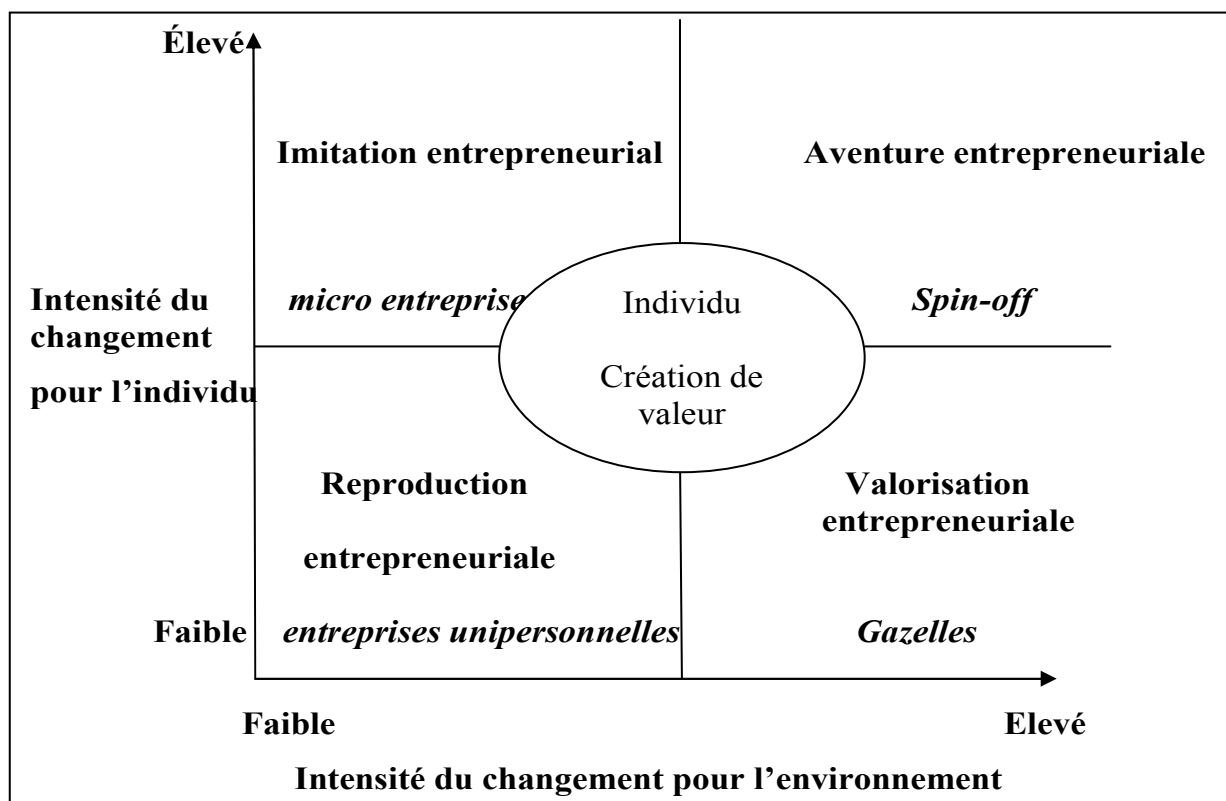
3.2.3.2. L'entrepreneuriat d'imitation : qui crée peu de nouvelle valeur mais qui nécessite dans le chef du créateur une prise de risque conséquente au plan individuel. C'est le cas de créateur qui, voulant changer de style de vie, se lance dans une activité différente de ses compétences initiales. C'est le cas par exemple d'un universitaire qui se lance dans une activité de restauration rapide. Aussi, une large proportion de l'entrepreneuriat féminin peut également être classée dans cette catégorie dans la mesure où le changement du mode de vie qu'entraînera la nouvelle activité peut être important. Cela concerne environ 30% des entrepreneurs.

3.2.3.3. L'entrepreneuriat de valorisation : qui possède une forte intensité en création de valeur et se base sur la valorisation d'une innovation et de compétences de haut niveau acquises. Le degré de risque est réduit dans la mesure où le créateur

possède généralement une relative maîtrise de son métier ainsi qu'une bonne connaissance de la clientèle potentielle. C'est le cas des ingénieurs qui quittent une grande entreprise pour appliquer de nouvelles méthodes et développer de nouveaux produits. Ces entrepreneurs possèdent un haut niveau de qualification dans un domaine spécifique qu'ils entendent valoriser en toute indépendance. Ceux-ci représentent une proportion quasi nulle des entrepreneurs dans notre échantillon vu que la majorité de ces derniers ont été dans des situations du chômage et possèdent des niveaux d'instruction des fois très bas.

3.2.3.4. L'entrepreneuriat d'aventure : qui repose sur le lancement d'entreprises visant à valoriser des innovations et de nouvelles inventions comportant un haut degré de risque en matière de diffusion sur le marché. Il s'agit en l'occurrence d'innovation radicales qui affecteront l'ensemble des activités économiques et favoriseront l'émergence d'un nouveau secteur ou domaine d'activité. Ce type d'entrepreneuriat est relativement rare. A travers l'analyse de la vision des entrepreneurs de notre échantillon vis-à-vis de l'innovation et la nouveauté, il ressort que ce type d'entrepreneuriat est inexistant, aucun entrepreneur n'a affiché une volonté de créer une entreprise innovante. La plupart des interrogés estiment que l'innovation est un risque.

Figure n°20 : Les logiques d'action du créateur (BRUYAT. C, 1993).



Source : BRUYAT. C, (1993), op. cit

3.2.4. Logiques d'action des entrepreneurs et réaction des politiques publiques :

À travers cette représentation on constate que la majorité de nouveaux entrepreneurs n'aura qu'un impact limité sur le développement économique et la création d'emploi car l'activité initiée est fondée sur un principe de reproduction ou d'imitation économique. Ces entrepreneurs s'intègrent aux activités économiques traditionnelles et leur contribution au processus de création de valeur est celle liées à la création de leur propre emploi. Cette catégorie peut aisément être visée par des actions spécifiques de politique entrepreneuriale.

C'est dans cette logique d'action que les pouvoirs publics algériens ont créé l'ANSEJ, qui a pris en charge la lourde tâche de soutenir et conseiller les jeunes à la création d'entreprise.

Le traitement du type d'entreprises, ainsi que la nature des activités créées nous amène à signaler que les entrepreneurs issus de l'ANSEJ, sont des entrepreneurs imitateurs dans le cas d'une micro entreprise et reproductifs pour les entreprises

unipersonnelle. Ils ne procurent aucune nouvelle valeur et l'intensité du changement pour l'environnement reste faible. Les jeunes entrepreneurs issus de l'ANSEJ sont généralement des entrepreneurs routiniers, le plus souvent imitateurs, gèrent leurs affaires au jour le jour, le personnels se réduit, tout au moins au départ, aux membres de leur famille. L'examen de la structure de la population des PME, selon le nombre de salariés déclaré, met en évidence, au-delà des incohérences de diverses sources d'information existantes, la prépondérance de la très petite entreprise (TPE) ou de la micro- entreprise en Algérie. Nous signalons que 90% des PME existantes appartiennent à la catégorie des micro-entreprises avec moins de 10 salariés.

La majorité de ces entreprises relèvent du secteur de l'activité informelle et fonctionnent dans des activités de subsistance (petits commerce, salon de coiffures, fast-food, cyber- café, etc....).

Les jeunes relevant de ces activités sont souvent des jeunes qui ne viennent pas des grandes écoles, ou des grandes universités mais d'écoles techniques, et des centres de formation professionnelle où ils ont acquis un métier pratique.

De ce fait, on déduit un manque d'originalité dans les projets d'affaires.

En deuxième lieu, l'entrepreneuriat basé sur l'innovation, dans lequel se situent les deux autres catégories d'entrepreneurs, est plus rare et relativement fermé aux deux premières à cause de l'existence de barrières à l'entrée. En effet, il nécessite de niveau de compétence élevés et/ou des moyens financiers conséquents. Si ce type d'entrepreneuriat est particulièrement créateur de valeur, son encadrement par des mesures de politiques économiques est plus difficile et nécessite des services hautement spécialisés.

Toutefois, ce type d'entrepreneuriat est loin d'être une réalité en Algérie. Il faut signaler qu'il n'existe aucun dispositif public initié pour ce type d'entrepreneuriat car comme le signal Melbouci (2008), « *la panoplie des aides à l'innovation en Algérie est absente car l'urgence, durant ces premières années de transition est portée sur la création et l'élargissement du secteur privé* »¹⁴⁰.

En créant des petites entreprises par reproduction ou par imitation, et dans des activités de subsistance comme les petits commerces et les restaurants rapides, les

¹⁴⁰ MELBOUCI. L, (2008), op.cit

jeunes créateurs sont loin d'être considérés comme des entrepreneurs au sens schumpetérien qui sont à la base de l'apparition de nouvelles activités économiques et qui contribuent incontestablement à l'ouverture des nouveaux marchés. En effet, on signale que les secteurs d'activité choisis par les jeunes ne sont donc pas des secteurs que l'on peut considérer comme innovants et à forte intensité technologique.

3.3. Analyse de la logique entrepreneuriale des jeunes créateurs issus de l'ANSEJ :

3.3.1. Création d'entreprise : devenir entrepreneur ou ne pas être demandeur d'emploi ?

Une des formes populaires de l'entrepreneuriat, la création d'entreprise, est présentée, avec insistance, par de nombreux penseurs et de décideurs, dans les domaines de l'économie et de la politique, comme une réponse au problème du chômage et donc, dans une certaine mesure, de la précarité. En Algérie pour lutter contre le chômage des jeunes qui représente environ 70% des chômeurs, les décideurs politiques ont adapté la solution de création d'entreprise pour lutter contre le chômage et de plus promouvoir l'esprit d'entreprise. C'est dans cette logique que s'inscrit la création d'entreprise dans le cadre des dispositifs ANSEJ, c'est-à-dire créer son entreprise pour éviter les situations de difficulté sur le marché du travail et non pas dans le but de se lancer dans des créations innovantes c'est-à-dire la valorisation des connaissances ou saisir une opportunité sur le marché.

Nous soutenons, la thèse que les mesures actuelles destinées à encourager la création d'emploi et la création d'entreprise par des individus demandeurs d'emplois et/ou dans des situations difficiles contribuent très fortement au développement de formes d'entrepreneuriat contraint qui pourraient avoir des conséquences extrêmement préjudiciables pour les individus concernés et pour notre société dans son ensemble.

3.3.2. L'entrepreneuriat de nécessité comme la forme de l'entrepreneuriat des jeunes dans le cadre des dispositifs ANSEJ :

Nous avons noté au premier chapitre de notre travail que l'entrepreneuriat est un phénomène économique et social très hétérogène. Cette fragmentation de l'objet est la conséquence de la variété de ses formes d'expression, mais également de la diversité des contextes dans lesquels le phénomène apparaît et se développe.

Ce phénomène attire une attention particulière de la part des instances locales, régionales, nationales et même internationale.

Ces intentions et actions politiques sont dirigées vers deux types d'entrepreneuriat : nécessité et opportunité, qui concentrent l'essentiel des préoccupations économiques et sociales, dans la plupart des pays (Fayolle, 2010)¹⁴¹.

3.3.2.1. L'entrepreneuriat de nécessité concerne des individus poussés à créer leur propre emploi (ou leur activité) pour sortir du chômage et retrouver des revenus.

3.3.2.2. L'entrepreneuriat d'opportunité correspond à des projets dotés d'un potentiel de développement, initiés par des individus très motivés pour les concrétiser.

Ces types d'entrepreneuriat sont liés à des aspirations, à des motivations et à des facteurs qui orientent le comportement humain. L'entrepreneuriat d'opportunité relève de facteurs « pull » tels que l'autonomie, l'indépendance, la liberté, l'argent, le défi, le statut social ou encore la reconnaissance.

L'entrepreneuriat de nécessité est lié à des facteurs « push » comme le chômage, le licenciement ou la menace de perdre son emploi.

La majorité des entrepreneurs que nous avons enquêté déclarent avoir développé l'intention de création d'entreprise car ils se rapprochaient d'une situation inéluctable d'absence d'emploi une situation où l'unique issue reste la création de leur propre emploi.

Nous rejoignons dans cette affirmation Le déclenchement de l'événement entrepreneurial est conséquence de « déplacements » négatifs (ou positifs) qui marquent un changement dans la trajectoire de vie des individus.

¹⁴¹ FAYOLLE. A : « Nécessité et opportunité: les attracteurs étranges de l'entrepreneuriat », Revue Pour, n° 204, 33-38, 2010.

Effectivement, ces entrepreneurs considèrent la création d'entreprise comme seule alternative à leur situation de chômage.

L'engagement dans le processus entrepreneurial, après une période plus ou moins longue d'inactivité, est motivé par le désir de créer son propre emploi.

Toutefois, il ressort à travers l'analyse des réponses à notre questionnaire que le deuxième type d'entrepreneuriat convient mieux à notre échantillon, c'est-à-dire l'entrepreneuriat de nécessité.

Cependant, la création d'entreprise par nécessité est de toute façon est vue comme une option envisageable et possible, car encouragée par l'Etat et ses politiques publiques.

Créer une nouvelle activité s'avère très facile aujourd'hui, pour des demandeurs d'emploi, notamment depuis la mise en place de l'ANSEJ, qui facilite les procédures administratives et accorde des avantages financiers, fiscaux et parafiscaux. Mais, pérenniser cette activité est une affaire beaucoup plus compliquée, comme le montrent des études récentes qui lient la survie et le développement des entreprises aux motivations des entrepreneurs. La survie des entreprises est d'autant plus problématique que les motivations relèvent de facteurs « push ».

Ainsi, la création d'entreprise par les jeunes à travers ces dispositifs est devenue un moyen de création d'emplois et de lutte contre le chômage. Ainsi, il résulte que la fonction de l'entrepreneur est créée par la contrainte sociale.

Autrement dit, Pour bon nombre de créateurs potentiels ayant sollicité l'ANSEJ, l'objectif principal visé n'est pas l'entreprise capitaliste classique, mais simplement un moyen d'accroître les revenus et de procurer des emplois aux membres de la famille, c'est presque un " entrepreneuriat de survie ". Pour les sans emplois, qui n'ont pas réussi à intégrer la haute sphère administrative et politique dont rêvent tous les jeunes, la création de son propre emploi est vécu comme un échec social. Ainsi donc, la création d'entreprise constitue une forme de lutte contre la précarité.

Par conséquent, l'entrepreneuriat en Algérie est un entrepreneuriat de nécessité et non d'opportunité. Quantité d'individus créent une entreprise par défaut pour échapper au chômage et non en réponse à un véritable besoin d'indépendance pour valoriser une invention dont ils sont les créateurs.

Le créateur de type *insertion sociale* a lui, des objectifs spécifiques. Le développement d'une structure et son intégration dans l'économie ne sont pas ses objectifs premiers. Ce qui lui importe c'est l'indépendance, l'exercice pour son propre compte de son savoir faire. Il s'estime satisfait si ses résultats financiers sont suffisants pour rembourser ses emprunts et vivre correctement. Pour ces entrepreneurs le fait d'être à son propre compte lui procure certaines satisfactions comme l'exercice de son métier dans des conditions lui convenant, une promotion sociale par contre d'autres aspects de l'entrepreneuriat lui paraissent plus contraignants : les lourdeurs administratives, les problèmes de financement, les incertitudes économiques,...

Les entrepreneurs questionnés ont les caractéristiques que nous avons décrit précédemment à savoir la fragilité et, sont conscients de la sévérité des conditions de la création, ainsi pour remédier à cette situation les futurs entrepreneurs construisent bien un capital social important, et ne se limite pas seulement aux conseils, aides et l'accompagnement accordés par l'ANSEJ pour se lancer dans l'aventure. La plupart d'entre eux n'ont sollicité le dispositif que seulement pour bénéficier des avantages financiers (prêts sans intérêt, bonification des taux d'intérêts accordés par les banques et avantages fiscaux et parafiscaux).

On conclue que la création d'entreprise dans le cadre des dispositifs ANSEJ, est une création motivée par la contrainte sociale qui est le chômage. C'est la logique d'insertion sociale qui prédomine la création des entreprises par les jeunes, où le caractère peu entrepreneurial de la majorité des créations.

3.3.3. Des limites patentes qui demeurent, des projets modestes par manque d'ambition ?

Les jeunes entrepreneurs se tournent généralement vers des petites structures, ils créent au moins leur propre emploi et embauchent souvent quelques employés, mais la structure demeure souvent modeste. Cependant, le réflexe est fort de chercher à imiter des entreprises déjà existantes, à se diriger vers un secteur où l'entrée est relativement facile et c'est l'encombrement total.

D'après les jeunes qu'on a interrogé (sexe masculin et sexe féminin), on a pu constater que l'entrepreneuriat offre de multiples avantages et des solutions pour différents problèmes que rencontrent ceux-ci (chômage, insatisfaction au niveau de

travail...) et que les motivations prioritaires des jeunes entrepreneurs algériens diffèrent d'une personne à l'autre selon leur l'âge et leur sexe.

Toutefois, ses jeunes présentent un fort désir pour l'entrepreneuriat comme un choix de carrière, ceci est dû aux problèmes de chômage que fait face le pays surtout pour les diplômés et qui enregistre une forte croissance d'une année à une autre.

Parmi les jeunes interrogés, la majorité mentionnent que l'une des principales motivations qui leur avaient poussé à créer c'est que : « *la création d'entreprise est une sorte d'échappatoire du chômage et des contraintes qui lui sont associés* ». Ils se lancent en affaire parce qu'ils manquent de travail et non parce qu'ils ont des aptitudes et des comportements dénotant un esprit d'entreprise.

Ainsi, il est tentant de dévoiler les motivations des jeunes qui leur poussent à établir leur propre entreprise en affirmant que ce désir vient d'une absence de solutions viables. Cela pourrait être vrai pour certains jeunes algériens. Cependant, les motivations exprimées de lancer une entreprise parmi les jeunes peuvent être attribuées à une combinaison complexe de facteurs (positifs ou négatifs), et cela a été bien révélé dans notre étude exploratoire.

On remarque aussi l'existence d'une attitude défavorable vis-à-vis du risque à tous les niveaux : au niveau bancaire et au niveau individuel. Or la culture vis-à-vis du risque est un élément déterminant de la culture entrepreneuriale.

Toutefois, on constate aussi que malgré les efforts de l'Etat en vue de mettre en place un grand nombre d'aides juridiques, fiscales et financières, pour assister le créateur et le jeune entrepreneur, la création d'entreprise est limitée par un cadre législatif et administratif contraignant. La création d'entreprise est moins facilitée et relève de plus des barrières administratives : lourdeurs bureaucratique, incompétences de conseillers, services incomplets... Ainsi, les aides publiques ont un impact relativement faible sur la création d'entreprises. Tout ceci, explique l'abondement des initiatives des entrepreneurs beaucoup plus dans le commerce, le transport, les services,... plutôt que dans la création d'unités industrielles innovantes. Ceci étant dit, l'émergence et le dynamisme de l'esprit d'entreprise est fortement tributaire des conditions économiques, sociales et institutionnelles qui prévalent à l'échelon local et régional. La mise en place d'un environnement propice à l'entrepreneuriat et à la création d'entreprise dans lesquelles jeunes entités innovantes

peuvent croître rapidement une fois qu'elles ont été créées nécessite un large éventail de politiques synergiques et de soutien.

Cependant, les conditions de promouvoir des entreprises innovantes au niveau local, sachant que les politiques d'aides à la création d'entreprises devront avoir pour objectifs explicites non seulement l'accroissement du nombre de créations brutes d'entreprises, c'est-à-dire d'impulser particulièrement de créations nouvelles, mais aussi la diminution du taux de leur mortalité (assurer leur pérennité). Dans ce point nous essayerons d'attirer l'attention sur l'importance de disposer, au plan local ou régional, d'un portefeuille d'instruments variés, afin de soutenir efficacement l'innovation des petites structures.

3.4. Une faible aversion au risque des jeunes entrepreneurs :

La prise de risque apparaît, comme l'une des caractéristiques distinctives du comportement entrepreneurial. Les jeunes ne prennent pas trop de risques. Ils se lancent dans les affaires lorsqu'ils sont quasiment sûrs de la réussite. Cependant, la tolérance des jeunes face aux risques est grande du fait de leur faible expérience, de l'insuffisance de leurs capitaux propres et de l'absence de relations politiques.

La majorité des jeunes expriment une attitude assez négative envers la prise de risque. Et c'est vrai, cet effet d'annonce correspond parfaitement à la réalité observée sur le terrain.

Ainsi, les jeunes entrepreneurs créent leur entreprise lorsqu'ils sont à peu près certains de leur réussite qui constitue leur principale motivation. Ils doivent donc être persuadés et convaincus de leur succès pour se lancer dans l'aventure création d'une entreprise. Ainsi, le type des entreprises créées par les jeunes nous témoigne que la proportion à la prise de risque par ces derniers reste très réduite.

Conclusion :

À la fois complexe et multidimensionnelle, la création d'entreprise apparaît comme un comportement positif acquis, individuel ou collectif, pouvant être encouragé, favorisé, contrecarré, ou modifié. Les entrepreneurs ont besoin d'un terreau fertile et motivant pour croître et prospérer, évaluer et exploiter des opportunités de marché, créer de la valeur ajoutée, de la richesse et de l'emploi.

A travers l'analyse des résultats de notre enquête, il nous apparaît clair que les jeunes entrepreneurs dans la province de Tizi-Ouzou sont influencés par une multitude de facteurs, pouvant être à l'origine de la création de leur entreprise. Nous avons pu constater que l'engagement des jeunes dans cette aventure a été motivé par des facteurs hétérogènes d'ordres personnels, professionnels, sociaux, culturels et institutionnels. Et ce malgré la persistance d'un environnement peu favorable aux affaires caractérisé par un ensemble de contraintes socioéconomiques de l'environnement local (lenteurs et lourdeurs administratives, corruption,...), qui constituent l'entrave majeur de la création des entreprises dans tout le pays.

C'est dans un environnement presque hostile que certains jeunes, animés par la passion de s'en sortir, ont su et pu, à force de persévérance et de dynamisme, s'insérer dans les interstices du tissu économique et bâtir des entreprises viables et pleines de vitalité.

Dans ces conditions, créer une entreprise répond beaucoup plus à une nécessité impérieuse qu'à une aspiration profonde ou une création par opportunité, même quand on sait qu'aucune réussite n'est envisageable sans une forte dose de passion pour ce que l'on fait. C'est donc plus par nécessité que pour toute autre raison que les jeunes se lancent en affaires. Lutter contre la pauvreté, insertion social, pouvoir supporter les charges familiales constituent les principales raisons de création d'entreprise.

Des activités de survie et des entreprises informelles largement dominantes coexistent avec la prédominance des micro-entreprises.

Cette réalité convient aussi d'après les résultats de notre enquête réalisée aux jeunes créateurs qui sollicitent les dispositifs institutionnels d'aide à l'entrepreneuriat à l'image de l'ANSEJ, où la majorité des jeunes déclarent que la création de leur

entreprise est une nécessité qu'impose le contexte actuel qui caractérise l'Algérie, où le taux de chômage reste élevé surtout la population jeunes. Ainsi, la mise en place de ces dispositifs à un impact positif sur le nombre de création qui ne cesse d'accroître, mais la pérennité de ces entités reste problématique, car la majorité de ces créateurs ne sont pas dotés d'un esprit entrepreneurial qui est la base fondamentale de l'engagement des individus dans le processus de création d'entreprise et qui remis en cause leur vision entrepreneuriale à long terme.

L'analyse des motivations, les aspirations des jeunes entrepreneurs et l'influence de dispositifs d'aide sur la décision de création, il ressort l'existence de typologie d'entrepreneurs propres à cette catégorie de créateurs, il s'agit :

- 1. Les entrepreneurs recherchant l'insertion sociale :** qui sont majoritaires ils voient de la création est une sorte d'échappatoire du chômage et des contraintes qui lui sont associés. Ils se lancent en affaire parce qu'ils manquent de travail et non parce qu'ils ont des aptitudes et des comportements dénotant un esprit d'entreprise.
- 2. Les entrepreneurs recherchant l'indépendance et avoir des récompenses financières importantes :** cette catégorie voit de la création une façon d'être libre et ne pas avoir des ordres d'un supérieur hiérarchique qui est mieux appréhendé que le salariat ou le fonctionariat et d'avoir une estime de soi élevée. D'être son propre patron et ainsi assurer son indépendance, et un certain mode de vie plus aisé.
- 3. Les entrepreneurs animés par le goût d'entreprendre et la prise de risque:** les jeunes veulent réaliser quelque chose selon leurs propres initiatives, montrer aussi toutes leurs capacités et mieux gérer et maîtriser leur temps. La conscience des jeunes de leur force est un facteur important dans le choix de la création d'entreprise. Ils font facilement le choix de se lancer dans les affaires en sachant ce qu'ils veulent. Ils font valoir des motivations nouvelles de plus en plus individuelles, privilégiant l'épanouissement de la personne, et de moins en moins liées à la quête d'un statut social. Cela vaut autant pour la création d'entreprise que pour les préférences professionnelles. Ils font le choix de se lancer dans l'aventure de création d'entreprise en sachant ce qu'ils veulent. C'est ce que nous nommons « le goût d'entreprendre ».

***Conclusion générale
&
Recommandations***

Conclusion générale et recommandations :

L'objectif de cette contribution est de mesurer l'impact de la mise en place des diverses aides à l'entrepreneuriat par les pouvoirs publics sur l'émergence de l'esprit d'entreprise chez les jeunes. L'hypothèse de départ était donc, les systèmes d'appui et de soutien à la création d'entreprise, peut contribuer à insuffler l'esprit d'entreprise chez les jeunes. Cependant, Un de nos principaux objectifs de recherche est de vérifier si des dispositifs d'aide à l'entrepreneuriat influencent l'esprit d'entreprise des jeunes.

Le processus de recherche que nous avons suivi exige au préalable une compréhension de l'entrepreneuriat et un positionnement dans le champ. Le contenu de ce concept ne fait pas l'unanimité. Il n'y a pas de définition consensuelle de l'entrepreneuriat, mais des approches qui conviennent à des problématiques et des thématiques de recherche.

Nous avons mis l'accent sur la dynamique et la complexité processuelle, l'entrepreneuriat est une conjonction de facteurs psychologiques, sociaux, culturels, politiques et économiques. Dans un contexte précis, il s'exprime à travers des attitudes, des aptitudes, des perceptions, des motivations et des comportements.

Cependant, la création d'entreprise en constitue la manifestation la plus visible.

Nous accordons un intérêt tout particulier au principal acteur du phénomène entrepreneurial : l'entrepreneur. Pour le saisir, nous conjugons une perspective historique et une vision dynamique qui mettent en relief sa métamorphose. La conception de l'entrepreneur évolue avec le temps, selon la complexité de l'organisation et de l'activité économique. Les changements sociaux et économiques conditionnent les comportements et les activités de l'entrepreneur.

C'est en combinant « le risque » de SAY et « l'innovation » de SCHUMPETER que nous le saisissons.

Il est vrai que la promotion d'un entrepreneuriat national interpelle en premier lieu l'Etat. L'enthousiasme pour la promotion et le développement de l'esprit d'entreprise s'explique aisément par le fait que les régions disposant de niveau élevé en activités entrepreneuriales réalisent des taux sensiblement plus élevés de création d'emplois et sont plus productives. Certes les pouvoirs publics ont depuis le début des réformes et même avant tenté d'encourager et de promouvoir l'investissement privé.

De nombreuses mesures incitatives ont été initiées. Elles sont contenues dans les dégrèvements fiscaux et parafiscaux, des bonifications de taux d'intérêt, l'octroi des prêts non rémunérés...Mais, ces multiples avantages sont-ils suffisants pour insuffler l'esprit d'entreprise chez les jeunes entrepreneurs ? Constituent-ils des motivations du premier rang ? Et enfin quelle influence exercent-ils sur les comportements entrepreneuriaux des jeunes promoteurs ?

Puisque, l'entrepreneur est au cœur du processus entrepreneurial, c'est l'acteur, et il est considéré comme la cible de ces politiques. Alors, nous souhaiterons étudier son profil, ses attitudes, ses aptitudes, ses perceptions, ses motivations et ses comportements.

Pour en déduire ensuite le véritable impact des politiques gouvernementales sur l'esprit entrepreneurial des jeunes. L'étude présente en effet l'entrepreneur, non pas comme un surhomme, mais comme un individu avec un ensemble de caractéristiques qu'il utilise pour faire face aux difficultés rencontrées. Toutefois, cet individu reste dépendant de son milieu, son comportement de créateur d'une nouvelle entreprise est influencé par plusieurs facteurs (famille, le système éducatif, la législation et la politique).

Cette affirmation valide notre première hypothèse selon laquelle l'esprit d'entreprise peut émerger dans n'importe quelle société, ainsi les connaissances et les compétences entrepreneuriales peuvent être transférées d'un individu à l'autre car on ne naît pas entrepreneur, on le devient.

En Algérie en l'absence de système éducatif préparant les jeunes à l'entrepreneuriat, l'accompagnement se doit de jouer un rôle pédagogique de sensibilisation.

Il est vrai que le cadre institutionnel algérien a connu de bouleversements profonds depuis l'engagement du processus des réformes et la transition du pays vers l'économie de marché. Toutefois, le secteur privé devient le moteur de ce processus, et le rôle de l'Etat a diminué, par ailleurs, beaucoup de politiques de stimulation à l'entrepreneuriat ont vu le jour rien que pour encourager, faciliter et stimuler la création des entreprises qui devient un enjeu principal pour les décideurs politiques. Alors, des dispositifs d'aide et d'appui ont été initiés à l'échelle nationale, on cite l'ANSEJ, la CNAC, l'ANGEM et l'ANDI.

Mais on constate à travers les résultats obtenus que ces dispositifs n'a pas d'influence significative sur la motivation entrepreneuriale des jeunes entrepreneurs. Ainsi, l'hypothèse 2 n'est pas supportée. Plusieurs raisons peuvent expliquer un tel résultat. Premièrement, le manque d'expérience entrepreneuriale de la majorité des répondants peut avoir causé une mauvaise perception de ces facteurs et de leur importance sur leur motivation pour se lancer en affaire. Ensuite, à l'échelle d'un individu, il est peu probable que les politiques et règlements gouvernementaux les plus favorables en matière d'entrepreneuriat le motivent assez s'il est ambitieux et surtout s'il est averse au risque.

On déduit que le recours à ce dispositif ne constitue pas la motivation principale, car sur l'ensemble des réponses qu'on a recueilli 11% seulement estiment que les avantages qu'offre celui-ci comme première motivation.

Par ailleurs, pour créer une entreprise, il ne suffit pas de faire preuve d'esprit d'entreprise et de remplir les conditions entrepreneuriales favorables. Pour passer à l'acte, la motivation individuelle demeure nécessaire. C'est dans ce cadre que se situe la contribution de Max Weber, qui fait du système de valeurs l'un des facteurs explicatifs de l'apparition et du développement des qualités et des motivations du comportement des entrepreneurs.

Par ailleurs, ces systèmes d'appui et de soutien ont été mis en place pour faire face à un double enjeu : global, pour soutenir l'emploi et remédier au problème du chômage ; individuel, pour apporter des réponses aux mobiles économiques et psychologiques manifestés par les porteurs de projets.

Les instigateurs de ces systèmes constataient que ces derniers manquaient d'argent, de savoir-faire, de formations spécifiques, d'infrastructures d'accueil... A partir de là, les systèmes d'appui et de soutien à la création d'entreprise se sont développés autour de trois axes : l'appui financier, les conseils et les formations, et le soutien logistique. Il faut souligner que l'axe le plus développé est le soutien financier surtout dans le cadre de financement des micro-entreprises. Car en Algérie, le problème le plus souvent évoqué en matière de création d'entreprise est celui du financement. L'accès au capital peut constituer une importante barrière à l'entrée dans la fonction d'entrepreneur.

Malgré les efforts de l'Etat en vue de mettre en place un grand nombre d'aides juridiques, fiscales et financières, pour assister le créateur et le jeune entrepreneur,

la création d'entreprise est entravée par un cadre législatif et administratif contraignant. La création d'entreprise est moins facilitée et relève de plus des barrières administratives : lourdeurs bureaucratique, incompétences de conseillers, services incomplets... Ainsi, les aides publiques ont un impact relativement faible sur la création d'entreprises.

En analysant les résultats de l'enquête, on constate que la majorité des jeunes entrepreneurs ont développé l'intention de création d'entreprise car ils se rapprochaient d'une situation inéluctable d'absence d'emploi, c'est la contrainte sociale (le chômage) qui a déclenché l'évènement entrepreneurial des jeunes qui est conséquence de déplacements négatifs qui marquent un changement dans la trajectoire de la vie des individus. Ces jeunes en effet considèrent la création d'entreprise comme seule alternative à leur situation de chômage.

L'engagement dans le processus entrepreneurial, après une période plus au moins longue d'inactivité, est motivé par le désir de créer son propre emploi. C'est la raison pour laquelle la majorité des financements de l'encouragement à la création se font en direction des demandeurs d'emploi. Cette catégorie peut aisément être visée par des actions spécifiques de politique entrepreneuriale.

De ce fait, la participation des dispositifs d'aide dans l'avènement de la conscience entrepreneuriale des jeunes qui est la perception du jeune des possibilités de création d'une entreprise, ou de leur carrière entrepreneuriale reste mitigé. Cependant, le recours à ces dispositifs d'aide est justifié par les avantages dont bénéficiés les jeunes soit pour avoir des fonds ou bien réduire le coût du projet de création à travers des exonérations fiscales par exemple.

Ces deux affirmations valident notre troisième hypothèse, selon laquelle les comportements entrepreneuriaux peuvent être affectés par des politiques publiques.

Au total, il faut signaler que la promotion de l'entrepreneuriat n'est pourtant pas absente des volontés politiques. Les pouvoirs publics apportent dans leurs bagages de lots de mesures destinées à favoriser la création d'entreprise. Mais les mesures techniques ne suffisent pas pour émerger un esprit entrepreneurial, c'est une véritable culture d'entreprendre qu'il faut faire souffler sur le pays, particulièrement auprès des jeunes générations.

L'entrepreneur, est ainsi loin d'être un personnage particulier de l'économie, incarne avant tout une fonction. Ses dimensions socio-économiques et politiques sont

définies par le contexte actuel d'intervention publique dont le but est de canaliser les initiatives individuelles.

Toutefois, quelques soient les conditions organisationnelles et matérielles que l'on s'efforce de mettre en place pour stimuler la création d'entreprise, rien ne peut se faire sans la volonté et la compétence des hommes.

En effet, force est de constater que la création d'entreprise nécessite une mobilisation de compétences que nous pouvons relier à une capacité de réussir, à laquelle on ajoute une forte motivation, ainsi qu'un environnement familial nécessairement solidaire.

Notre dernière confirmation converge à dire qu'il existe probablement partout un potentiel d'entrepreneurs, il suffit des circonstances propices dans l'environnement pour que ce potentiel s'exprime. Ceci étant dit, le dynamisme de l'esprit d'entreprise est fortement tributaire des conditions économiques, sociales, politiques et institutionnelles qui prévalent à l'échelon local et régional. La mise en place d'un environnement propice à l'entrepreneuriat et à la création d'entreprise dans lequel les petites entreprises peuvent croître rapidement nécessite un large éventail de politiques synergiques d'appui et de soutien. Et pour que l'Algérie arrivera à construire une société de l'entrepreneuriat et émerger l'esprit d'entreprise pour encourager un plus grand nombre à se préparer à la fonction d'entrepreneur comme opportunité de carrière surtout pour les jeunes générations, il est nécessaire de :

- **Développer l'esprit d'entreprise.** Favoriser l'esprit d'entreprise doit constituer un objectif de politique économique. Celui ci n'est pas une qualité qui serait limité aux seuls entrepreneurs. Si la société souhaite développer un esprit d'entreprise, elle doit agir sur elle même de manière cohérente, en s'adressant à l'ensemble de ses composantes, sans exclusif. Il faut avant tout établir un effort coopératif à grande échelle pour la réussite de l'entrepreneur. Cet effort ne peut porter fruit que si les chercheurs, les ingénieurs, les gens d'affaires, le gouvernement et le public en général reconnaissent l'importance de l'entrepreneur et acceptent de le promouvoir.

- **Inciter à l'entrepreneuriat et à la créativité.** L'établissement d'un climat d'investissement favorable, la sensibilisation et la motivation à la créativité, la formation et l'appui à la libre entreprise, impliquant au premier chef les jeunes, demeurent des passages obligés pour entreprendre des projets d'entreprise avec sérénité. Au bout du compte, un tel projet préparera les jeunes à s'impliquer davantage dans le processus d'amélioration des conditions de vie de la société et à participer efficacement à la réduction des inégalités sociales.

- **Promouvoir et valoriser l'esprit d'entreprise.** L'enjeu en Algérie est bien de semer l'esprit d'entreprise dans le milieu éducatif et faire de lui une valeur admirée. Il se construit à tous les niveaux du système éducatif, en commençant par raconter l'entreprise dès le primaire contribue à développer les compétences entrepreneuriales de la jeune génération. La démarche est nécessairement globale et stratégique : rapprocher l'école de l'entrepreneuriat ne peut se concevoir que dans une volonté réciproque et collective de tous les intervenants publics, parapublics et privés, dont le système éducatif est l'un des acteurs primordiaux.
En réhabilitant le goût d'entreprendre, le système éducatif mobiliserait les compétences et les facultés créatrices indispensables au processus d'innovation. Il contribuerait à créer les conditions d'une harmonie sociale et économique fondée sur la valorisation créatrice des richesses, des intelligences innovantes et imaginatives.

- **Faire fonctionner de façon efficace et efficiente les structures existantes d'aide à l'entrepreneuriat, tant au niveau national, que régional et local.** La rationalisation des activités d'accompagnement et de soutien aux entrepreneurs n'exclut pas la mise sur pied d'entités chargées de coordonner les actions sur le terrain et de fédérer les énergies déployées par les différents intervenants. Un centre ou une fondation de l'entrepreneuriat subventionné par les patrons, le gouvernement et les organismes de développement économique internationaux, permettra de sensibiliser la société en général à la création d'entreprise et favorisera le développement économique par les petits entrepreneurs et mettre en place des structures pour développer les entreprises innovantes tels que des centres de transferts de technologie, incubateurs, sociétés de services et de conseils.

- **Mettre en place un réseau de parrainage (mentorat) formel à côté de celui informel et traditionnel présent au sein des familles.** Une telle initiative pourra offrir un encadrement et transmettre des connaissances et des aptitudes aux entrepreneurs naissants. Elle encouragera, fournira des informations pertinentes et aidera à trouver des stratégies, des outils de références, mais aussi des erreurs commises. Le dispositif global d'accompagnement des porteurs de projet en phase de démarrage sera ainsi renforcé.
- **Évaluer la place faite à l'entrepreneuriat.** Se doter d'un programme de sondage périodique afin de jauger l'opinion publique sur les entreprises, les entrepreneurs et l'entrepreneuriat, permettra de suivre le cheminement de l'Algérie vers une société plus entreprenante, plus prospère et plus humaine.
- **Promouvoir la bonne gouvernance politique et économique.** Le renforcement de la bonne gouvernance touche le fonctionnement et la réorganisation des institutions de l'État, le respect de la loi par tous, les relations entre les pouvoirs publics et la société civile, la presse et les syndicats. Cela implique et conditionne l'instauration d'un environnement propice à l'émergence des entreprises et à la promotion des investissements. Un des passages obligés demeure la lutte contre la corruption, et les interventions des agents de l'État dans le fonctionnement des entreprises.
- **Restaurer les valeurs socioculturelles aptes à accélérer la création d'entreprise.** Il s'agit de mettre en exergue tous les aspects positifs et mobilisateurs des différents facteurs socioculturels identifiés par la présente recherche. La réhabilitation des valeurs et attitudes entrepreneuriales requiert l'engagement et le soutien effectif des différents paliers du gouvernement, des partis politiques, de tous les segments de la société civile, des systèmes éducatifs, et des médias. La culture est reconnue comme un facteur qui peut contribuer à la constitution d'une société entrepreneuriale, car elle détermine de manière importante les choix professionnels et joue un rôle dans l'attitude face à la prise de risque et sa rétribution.

- **Élaborer la stratégie d'information-éducation-communication (IEC).** Il s'agit de se doter d'un outil indispensable pour sensibiliser et éduquer la population afin qu'elle intègre la création d'entreprise dans ses priorités de développement. Cette stratégie passe par le changement de comportements néfastes, l'acquisition de nouvelles connaissances, l'adoption de valeurs adaptées aux temps modernes, et l'exploitation de nouvelles techniques d'information et de communication.

Bibliographie

I. Les ouvrages :

1. A.P.C.E. (2000), *Promouvoir l'esprit d'entreprise et la création d'entreprise dans le système éducatif*, rapport du CNCE.
2. BASSO, O. (2006), *Le manager entrepreneur : entre discours et réalité, diriger en entrepreneur*, Edition Village Mondial, Paris.
3. BOUTILLIER, S., UZUNIDIS, D. (1995), *L'entrepreneur : une analyse socio-économique*, Editions Economica, Paris.
4. BOUTILLIER, S., UZUNIDIS, D. (1999), *La légende de l'entrepreneur. Le capital social, ou comment vient l'esprit d'entreprise*, Editions La Découverte et Syros, Paris.
5. CAPRON, H. (2009), *Entrepreneuriat et création d'entreprises, facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise*, Edition De Boeck, Bruxelles.
6. CASSON, M. (1991), *L'entrepreneur*, Editions Economica, Paris.
7. DANJOU, I. (2004), *Entreprendre : la passion d'accomplir ensemble*, Edition L'harmattan, Paris.
8. DRUCKER, P. (1985), *Les entrepreneurs*, Edition Hachette.
9. ESPOSITO, M-C, ZUMELLO, C. (2003), *L'entrepreneur et la dynamique économique : L'approche anglo-saxonne*, Edition Economica, Paris.
10. FAYOLLE, A. (2005), *Introduction à l'entrepreneuriat*, Edition DONUD, Paris.
11. FAYOLLE, A. (2004), *Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre*, Edition DUNOD, Paris.
12. FAYOLLE, A. (2006), *Devenir entrepreneur : des enjeux aux outils*, Edition VILLAGE MONDIAL.
13. FILLION, L-J. (1991), *Visions et relations : clés du succès de l'entrepreneur*, Les Editions de l'entrepreneur, Montréal.
14. FORTIN, P., A. (2002), *La culture entrepreneuriale, un antidote à la pauvreté*, Éditions Transcontinental, Montréal.
15. HERNANDEZ, E.M. (1999), *Le processus entrepreneurial vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat*, Edition l' Harmattan, Paris.
16. HERNANDEZ, E.M. (2001), *L'entrepreneuriat : Approche théorique*, Edition l'Harmattan, Paris.
17. HERNANDEZ, E.M. (2006), *L'entrepreneur et décision : de l'intention à l'acte*, Edition Eska, Paris.
18. JANSSEN, F. (2009), *Entreprendre, une introduction à l'entrepreneuriat*, Edition De Boeck, Bruxelles.
19. JULIEN P-A. (1996), *Les PME Bilan et perspectives*, Edition. Economica, Paris.
20. JULIEN, P-A, MARCHESNAY, M. (1996), *L'entrepreneuriat*, Edition Economica, Paris.
21. KIRZNER, I. (2005), *Concurrence et esprit d'entreprise*, Edition Economica, Paris.
22. MADOU, M. (2004), *Entrepreneur et Pme : approches algéro-française*, Edition L'Harmattan, collection logique sociale, Paris.
23. MARCHESNAY, M, FOURCADE, C. (1997), *Gestion de la PME/PMI*, Edition Nathan, Paris.
24. MOLLE, P. (2001), *Recherche intervention et création d'entreprise (accompagnement et évolution)*, Edition Economica, Paris.

25. OCDE. (1998), *Stimuler l'esprit d'entreprise*, Edition OCDE, Paris (première édition : 1906).
26. OCDE. (2001), *Encourager les jeunes à entreprendre : les défis politiques*, Edition OCDE, Paris.
27. OCDE. (2007), *Des emplois pour les jeunes*, Edition OCDE, Paris.
28. PATUREL, R. (2007), *Dynamique entrepreneuriale et développement économique*, Edition l'Harmattan, Paris.
29. PONSON, B, SCHAAN, J-L. (1993), *L'esprit d'entreprise, aspects managériaux dans le monde francophone*, Editions John Libbey Eurotext, Paris.
30. SABONNADIÈRE, J-C. (2005), *La création d'entreprises innovantes : l'entrepreneur innovateur*, Lavoisier éditions, Paris.
31. SCHUMPETER, J. (1935), *Théorie de l'évolution économique*, Edition Dalloz, Paris
(Première édition anglaise intitulée "*The Theory of Economic Development*" : 1911).
32. VERSTRAETE, T. (1999), *Entrepreneuriat - connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes*, L'Harmattan.
33. VERSTRAETE, T. (2000), *Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat*, Edition EMS Management & Société, Paris.

II. Articles de revues et communications :

1. AIT ZIANE, K., AIT ZIANE, H. (2006), « Territoire et entrepreneur innovateurs: Cas de l'Algérie », Colloque International : « Création d'entreprises et territoires » Tamanrasset : 03 et 04 Décembre.
2. ALBERT, P., BERNASCONI, M., GAYNOR, L. (2002), « Les incubateurs: émergence d'une nouvelle industrie. Comparaison des acteurs et de leurs stratégies. », Rapport de recherche. CERAM Sophia Antipolis.
3. ALBERT, P., FAYOLLE, A., MARION, S. (1994), « L'évolution des systèmes d'appui à la création d'entreprise », *Revue Française de Gestion*, n°101, p. 100-112.
4. ASSOUNE, A. (2009), « L'accompagnement entrepreneurial et compatibilité de style », communication au 6^{ième} congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat le 19-20 et 21 novembre 2009.
5. ASSALA, K. (2006), « PME en Algérie : de la création à la mondialisation », 8eme congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Haute école de Gestion(HEG) Fribourg, Suisse.
6. BACCARI, E. (2006), « Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs Tunisiens : Etude exploratoire », Communication au 8^{eme} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Fribourg.
7. BALMANA, B. (2004), « Innovation et entrepreneuriat », Conférence donnée à l'École de management de Grenoble, 19 octobre.
8. BARES, F. (2004), « La mutation de l'accompagnement à la création d'entreprises : regards croisés d'une déclinaison locale de la politique nationale. L'émergence du réseau CREAlliance », Actes du Congrès International francophone en entrepreneuriat et PME, Montpellier, 27-29 octobre.

9. BOUKHARI, M. (2009), « Rôle de l'État vis-à-vis des TPE/PME dans un pays nouvellement adhérent à l'économie de marché : cas de l'Algérie », 11^{es} Journées scientifiques du Réseau Entrepreneuriat, 27, 28 et 29 mai 2009, INRPME, Trois-Rivières, Canada.
10. BOUTILLIER, S., UZUNIDIS, D. (1999), « Entrepreneur, esprit d'entreprise et économie : un enseignement basé sur un triptyque ; structures, comportements et performances », communication au 1^{er} congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat, Lille.
11. BRANCHE, B et *al.* (2009), « Formation et esprit d'entreprendre chez les étudiants », cahier de recherche n°2009-17 E4, CERAG, Université Pierre Mendès France Grenoble 2.
12. BRUYAT, C. (1994), « Contributions épistémologiques au domaine de l'entrepreneuriat », Revue Française de Gestion, n°101, p.113-125.
13. BRUYAT, C. (2000), « Eléments de réflexion pour la mise en œuvre de systèmes d'appui à la création d'entreprise », Les cahiers de l'ERFI, n°15, pp.9-21.
14. CUZIN, R., FAYOLLE A. (2004), « Les dimensions structurantes de l'accompagnement », La revue des sciences de gestion, Direction et Gestion, 210.
15. DUQUENNE, L. (2007), « Les politiques d'encouragement à la création de petites entreprises en France : création d'entreprise ou entrepreneuriat ? », 4^{ème} Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, 4 au 5 octobre.
16. DESCHAMPS, B. (2002), « Reprise d'entreprise par les personnes physiques : premiers éléments de réponse à la question de son intégration dans le champ de l'entrepreneuriat », Revue de l'entrepreneuriat, Vol. 2, N°1.
17. ISLI, M-A. (2005), « La création d'entreprises en Algérie », Les cahiers du CREAD n°73.
18. FAYOLLE, A. (2004), « Entrepreneuriat et processus: faire du processus un objet de recherche et mieux prendre en compte la dimension processus dans les recherches », Communication au 7^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME. 27 – 29 Octobre, Montpellier.
19. FAYOLLE, A., LASSAS-CLERC, N. (2006), « Compréhension de l'engagement d'un individu dans le processus de création d'entreprise par une étude de cas », 4^{ème} congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Paris.
20. FAYOLLE, A. (2010), « Nécessité et opportunité: les attracteurs étranges de l'entrepreneuriat », Revue Pour, n° 204, 33-38.
21. FILLION, L-J. (1997), « Le champs de l'entrepreneuriat : histoire, évolutions, tendances », cahier de recherche n° 97.01, HEC Montréal.
22. FRANCOIS-NOYER, V. (2003) : « Entrepreneuriat et action publique: Dans le contexte de la loi de soutien à la création d'entreprise par les chercheurs: Étude de cas en métropole lilloise », Actes de l'Association Internationale en recherche en entrepreneuriat et PME, Agadir.
23. FRUGIER, D et BOUSNANE, A. (2007) : « Comment est-il raisonnable d'encourager les jeunes diplômés à créer une entreprise ? », 5^{ème} congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Sherbrooke, Canada.

24. GASSE, Y. (2002), « Les entrepreneurs naissants et la poursuite de leur projet d'entreprise : une étude longitudinale », 6e Congrès international francophone sur la PME-HEC – Montréal.
25. GASSE, Y. (2010), « L'influence des aspects social et institutionnel dans le développement d'une culture entrepreneuriale », communication au 9^{ème} symposium international sur les pratiques entrepreneuriales en Algérie, MDI Business School Alger.
26. HERNANDEZ, E. M. et MARCO, L. (2002), « L'entrepreneuriat et les théories de la firme ». Revue française de Gestion, Avril/ juin 2002.
27. LAURENT, P. (1989), « L'entrepreneur dans la pensée économique », Revue Internationale PME, vol. 2, n° 1, p. 57-70.
28. LEGER- JARNIOU, C. (2003), « La création d'entreprise par les jeunes : mythes ou réalités ? », Enseignement et Gestion, nouvelle série, n°11.
29. LEGHIMA, A et MENGUELTI, S. (2005), « Les jeunes diplômés créateurs d'entreprises dans le cadre de L'ANSEJ : cas de la wilaya de Tizi-Ouzou », Les cahiers du CREAD n°73.
30. LETOWSKI, A. (2001), « L'accompagnement des créateurs d'entreprise en France : définitions, pratiques et résultats », APCE, Note d'analyse NA 172.
31. MADOU, M. et BOUKRIF, M. (2009), « De l'économie administrée à l'économie de marché. Les PME à l'épreuve de la mise à niveau des entreprises en Algérie », 11^{es} Journées scientifiques du Réseau Entrepreneuriat, 27, 28 et 29 mai 2009, INRPME, Trois-Rivières, Canada.
32. MELBOUCI, L. (2006), « De l'économie administrée à l'économie de marché : quelles stratégies pour l'entrepreneur algérien face à la concurrence mondiale ? », Communication au 8^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Fribourg.
33. MELBOUCI, L. (2006), « Le capital social et le comportement innovateur de l'entrepreneur algérien », Communication dans un colloque international sur l'entrepreneuriat et la PME, Octobre 2008, Belgique.
34. NKAKLEU, R et FOUDA ONGODO, M. (2009), « Influence des structures d'accompagnement sur les pratiques de gestion de 250 PME/PE camerounaises en phase de démarrage », 11^{es} Journées scientifiques du Réseau Entrepreneuriat, 27, 28 et 29 mai, INRPME, Trois-Rivières, Canada
35. OUSSALEM, M.O. (2002), « Entrepreneuriat privé et développement local : élément d'analyse à partir du cas de Tizi-Ouzou », Revue Insaniyat N° 16 janvier- avril 2002.
36. RACHDI, F. et KHALID, A. (2006), « Le déterminisme de la perception du risque entrepreneurial, dans le choix formel/informel : le Cas du Maroc », Communication au 8^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Fribourg.
37. TOUNES, A. et ASSALA, K. (2007), « Influences culturelles sur des comportements managériaux d'entrepreneurs algériens », 5^{ème} Congrès international de l'Académie de l'entrepreneuriat, Sherbrooke, 4 au 7 octobre.
38. VALEAU, P. (2006), « L'accompagnement des entrepreneurs durant les périodes de doute », Revue de l'entrepreneuriat, vol 5, n°1.

39. VERSTRAETE, T. (1998), « Esprit entrepreneurial et cartographie cognitive : utilisations académique, pratiques et pédagogique de l'outil », Colloque Euro PME, Rennes.
40. VERSTRAETE, T et FAYOLLE, A. (2005), « Paradigmes et entrepreneuriat », Revue de l'entrepreneuriat, Vol. 4, N° 1, p. 33 – 52.

III. Thèses :

1. BRUYAT. C. (1993), *Création d'entreprise : contribution épistémologique et modélisation*, Thèse de Doctorat, Université Pierre Mendès France, Grenoble.
2. FAYOLLE. A. (1996), *Contribution à l'étude des comportements entrepreneuriaux des ingénieurs français*, Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université Jean Moulin, Lyon 3.
3. LECERF. M. (2006), *Les petites et moyennes entreprises face à la mondialisation*, Thèse pour le Doctorat en sciences économiques, Université Paris I.
4. LEVY-TADJINE. T. (2004), *L'entrepreneuriat immigré et son accompagnement en France*, Thèse pour le Doctorat de Sciences de Gestion, Université du SUD- Toulon – Var.
5. SAMMUT. S. (1995), *Contribution à la compréhension du processus de démarrage en petite entreprise*, Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, université Montpellier 1.
6. SOUIDI. R. (1997), *Création d'entreprises et dynamique territoriale : le cas de Boughni*, Mémoire de Magister, Université Mouloud Mammeri Tizi-Ouzou.
7. TOUNES. A (2003), *L'intention entrepreneuriale : Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE*, Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université de Rouen.
8. WANG. Y. (2010), *L'évolution de l'intention et le développement de l'esprit d'entreprendre des élèves ingénieurs d'une école française : une étude longitudinale*, Thèse pour l'obtention de Docteur en Génie Industriel, Ecole Centrale de Lille.

IV. Décrets et lois :

1. Décret Exécutif n°96-205 du 5 juin 1996, la décision n°52 du 8 mars 1997 du Ministère du Commerce.
2. Décret exécutif n°06-356 du 09 octobre 2006 portant attributions, organisation et fonctionnement de l'Agence National de Développement de l'Investissement, Journal officiel de la République algérienne n°64 du 11 octobre 2006.
3. Journal officiel n°55 du 20 septembre 2001.
4. Journal officiel n°47 du 22 août 2001.

Annexes

MINISTERE DU TRAVAIL, DE L' EMPLOI
ET DE LA SECURITE SOCIALE

Agence Nationale de Soutien
à l'Emploi des Jeunes



ANSEJ
www.ansej.org.dz

08, Rue Arezki Benbouzid
El Anasser-Alger
Tel: 021 67 19 45 / 021 67 13 53
Fax: 021 67 75 87 / 021 67 75 74
Telex 65 172



**Jeunes porteurs
de projets
de Micro-Entreprises**

*Ce que vous
devez savoir :*

*Procédures
Aides
Avantages*

l'ANSEJ vous accompagne
pour mieux réussir votre projet

ORIENTATIONS GÉNÉRALES

L'ANSEJ vous...

- Informe sur les démarches à entreprendre pour créer votre propre entreprise;
- Oriente et vous aide dans la formulation de votre idée de projet ;
- Accompagne dans l'étude de votre projet et l'élaboration de votre dossier d'investissement ;
- Assiste pour l'obtention d'un crédit bancaire et vous notifie les aides et les avantages accordés par l'Etat pour réaliser et exploiter au mieux votre projet;
- Forme sur les techniques de gestion d'entreprise ;
- Assure le suivi de votre micro entreprise dès le démarrage de l'activité.

L'accompagnement de l'ANSEJ ainsi que les aides et avantages que vous accorde l'Etat contribuent au succès de votre projet.

En contrepartie, vous devez fournir les efforts nécessaires pour améliorer vos capacités d'entrepreneur.

A CE TITRE, VOUS DEVEZ...

- Adopter un comportement à la mesure des responsabilités d'un entrepreneur ;
- Etre à l'écoute de l'environnement en matière de produits, clientèle, concurrents, prix etc..., pour maximiser vos atouts ;
- Cultiver votre sens des responsabilités et le respect des engagements qui sont des caractéristiques entrepreneuriales fondamentales ;
- Accepter les contraintes liées à un projet d'entreprise et vous attacher à les dépasser ;
- Développer votre sens de communication et tisser un réseau d'affaires profitable, autour de votre entreprise ;

- Tirer le maximum de bénéfice des rencontres professionnelles, des sessions de formation, etc.... ;
- Garder toujours à l'esprit que votre entreprise n'est pas un objet circonscrit à un équipement et un local et que sa valeur dépend d'abord de votre volonté et de vos capacités de gestion que vous devez développer sans cesse.

Vous devez donc savoir que le métier d'entrepreneur ne se transmet pas, c'est une passion qui se cultive et se développe constamment. Mais au départ, il doit y avoir une forte volonté de changement provenant du promoteur lui même.



DEMARCHES DE LA CREATION D ENTREPRISE



La création d'entreprise comporte plusieurs étapes que vous devez franchir avec l'accompagnement de l'ANSEJ.

Mais avant d'aborder ces étapes, vous devez mieux vous connaître pour mesurer vos capacités à entreprendre. Pour cela un seul moyen ; faites un bilan de votre personnalité.

Pour connaître :

- vos points forts ;
- vos points faibles.

Pour vérifier :

- votre envie d'entreprendre ;
- vos compétences ;
- vos moyens (temps, acceptation des contraintes, etc) ;
- vos appuis en termes humains et financiers.

Une fois convaincu de votre motivation de créateur d'entreprise, voici les étapes à franchir :

1 – La recherche de l'idée



L'idée de projet est le résultat de :

- l'observation des attitudes et des comportements des gens dans leur vie quotidienne ;

- la visite des salons et des foires ;
- les discussions avec les fabricants et les utilisateurs des produits et des services.

2 – L'élaboration du projet

Après avoir vérifié votre motivation personnelle pour votre projet d'entreprise, vous pouvez entreprendre l'élaboration de votre projet qui comporte cinq grands volets :



2-1 Le Volet économique

Définir exactement le produit, puis établir un plan de recueil des informations pour :

- connaître les concurrents : leurs forces et leurs faiblesses ;
- connaître la demande : ses caractéristiques (âge, catégories socioprofessionnelles, le processus d'achat : qui achète ? en quelle fréquence ?...) ;
- déterminer les ventes prévisionnelles ;
- définir une stratégie commerciale : en matière de prix, de distribution et de communication.

2-2 Le Volet humain

L'équipe de l'entreprise :

- Le créateur;
- Les associés;
- Les salariés.



2-3 Le volet technique

Le choix du matériel doit tenir compte :

- des caractéristiques du produit ou service à réaliser ;
- des quantités à produire.

Avoir constamment à l'esprit de :

- rechercher l'utilisation optimale du matériel ;
- éviter la sous utilisation ou la sur utilisation du matériel.

2-4 Le volet financier

L'étude financière permet de vérifier :

- la cohérence des besoins financiers et des possibilités de ressources ;
- la rentabilité du projet.

Les résultats de l'étude financière permettent la décision de :

- réaliser le projet ;
- ou reconsidérer les éléments commerciaux ou techniques ;
- ou abandonner le projet.

2-5 Le volet juridique

C'est le cadre légal de l'entreprise et qui a une implication sur le niveau d'engagement de ses propriétaires envers les partenaires.

3- Le montage de l'entreprise

Le créateur doit établir un planning des tâches, bien articulées, de réalisation de son projet.

4- Le démarrage de l'activité

C'est une étape décisive car :

L'entreprise va être confrontée à la réalité de l'environnement ;

Le créateur change de statut pour être chef d'entreprise.

Pour réussir le démarrage, le créateur doit :

- mettre en place un système d'information qui renseigne sur l'évolution de l'entreprise ;
- analyser et corriger, à temps, les écarts éventuels.

PROCEDURES DE CREATION DE LA MICRO ENTREPRISE DANS LE CADRE DU DISPOSITIF ANSEJ

CARACTERISTIQUES DE LA MICRO-ENTREPRISE

- La micro entreprise peut être créée par un ou plusieurs jeunes promoteurs ;
- seules les activités de production de biens et de services sont éligibles. Les activités commerciales sont exclues ;
- le montant maximum de l'investissement est de dix (10) millions de dinars ;
- la micro entreprise est créée et se développe dans un environnement économique et social particulier ;
- le ou les jeunes promoteurs doivent contribuer financièrement à l'investissement de création ou d'extension, par un apport personnel qui varie selon le niveau de l'investissement et sa localisation.

PROCEDURES DE CREATION DE LA MICRO ENTREPRISE

Le dispositif de création des micro entreprises **ANSEJ**, concerne deux types d'investissement :

1- l'investissement de création : porte sur la création de nouvelles micro entreprises par un ou plusieurs jeunes promoteurs éligibles au dispositif **ANSEJ**.

2- L'investissement d'extension : concerne les investissements réalisés par une micro entreprise en situation d'expansion.

INVESTISSEMENT DE CREATION

1- CONDITIONS D'ELIGIBILITE

Quatre (04) conditions

- Etre chômeur
- Etre âgé entre **19** et **35** ans. Pour le gérant l'âge peut aller jusqu'à **40** ans avec engagement de créer trois (**03**) emplois permanents (y compris les associés).
- Avoir une qualification professionnelle en relation avec l'activité envisagée.
- Mobiliser un apport personnel pour le financement du projet.

2-LES MONTAGES FINANCIERS

Deux formules de financement sont prévues dans le cadre du dispositif ANSEJ.

1- Le financement triangulaire : c'est une formule dont l'apport financier du ou des jeunes promoteurs est complété par un prêt sans intérêt accordé par l'ANSEJ et par un crédit bancaire.

- Ce type de financement est structuré sur deux niveaux :
- **Niveau 1 :** le montant d'investissement jusqu'à **2.000.000 DA**

Apport personnel	Crédit sans intérêt (ANSEJ)	Crédit bancaire
5 %	25 %	70 %

- **Niveau 2** : le montant d'investissement de **2.000.001 DA à 10.000.000 DA**

Apport personnel		Crédit sans intérêt (ANSEJ)	Crédit bancaire	
zones spécifiques	autres zones		zones spécifiques	autres zones
8 %	10 %	20 %	72 %	70 %

2- Le financement mixte : dans ce type de financement l'apport financier du ou des jeunes promoteurs est complété par un prêt sans intérêts accordé par l'ANSEJ

- la structure de ce type de financement est répartie en deux niveaux :

- **Niveau 1** : montant de l'investissement jusqu'à **2.000.000 DA**

Apport personnel	Prêt sans intérêt (ANSEJ)
75 %	25 %

- **Niveau 2** : le montant d'investissement de **2.000.001 DA à 10.000.000 DA**

Apport personnel	Prêt sans intérêt (ANSEJ)
80 %	20 %

3- AIDES FINANCIERES ET AVANTAGES FISCAUX

Ces aides financières et avantages fiscaux sont accordés sur deux phases:

3-1 - Phase réalisation :

Aides financières

- Le prêt sans intérêts : C'est un prêt à long terme sans intérêt, accordé par

L'ANSEJ à la micro entreprise.

► La bonification des taux d'intérêts du crédit bancaire : dans le cadre du financement triangulaire, l'ANSEJ prend en charge une partie des intérêts du crédit bancaire. Le niveau de la bonification varie selon la nature et la localisation de l'activité.

Bonification des taux d'intérêt :

Les zones Les secteurs	Zones spécifiques	Autres zones
Secteurs prioritaires	90 %	75 %
Autres secteurs	75 %	50 %

Secteurs prioritaires: agriculture, hydraulique et pêche



Avantages fiscaux

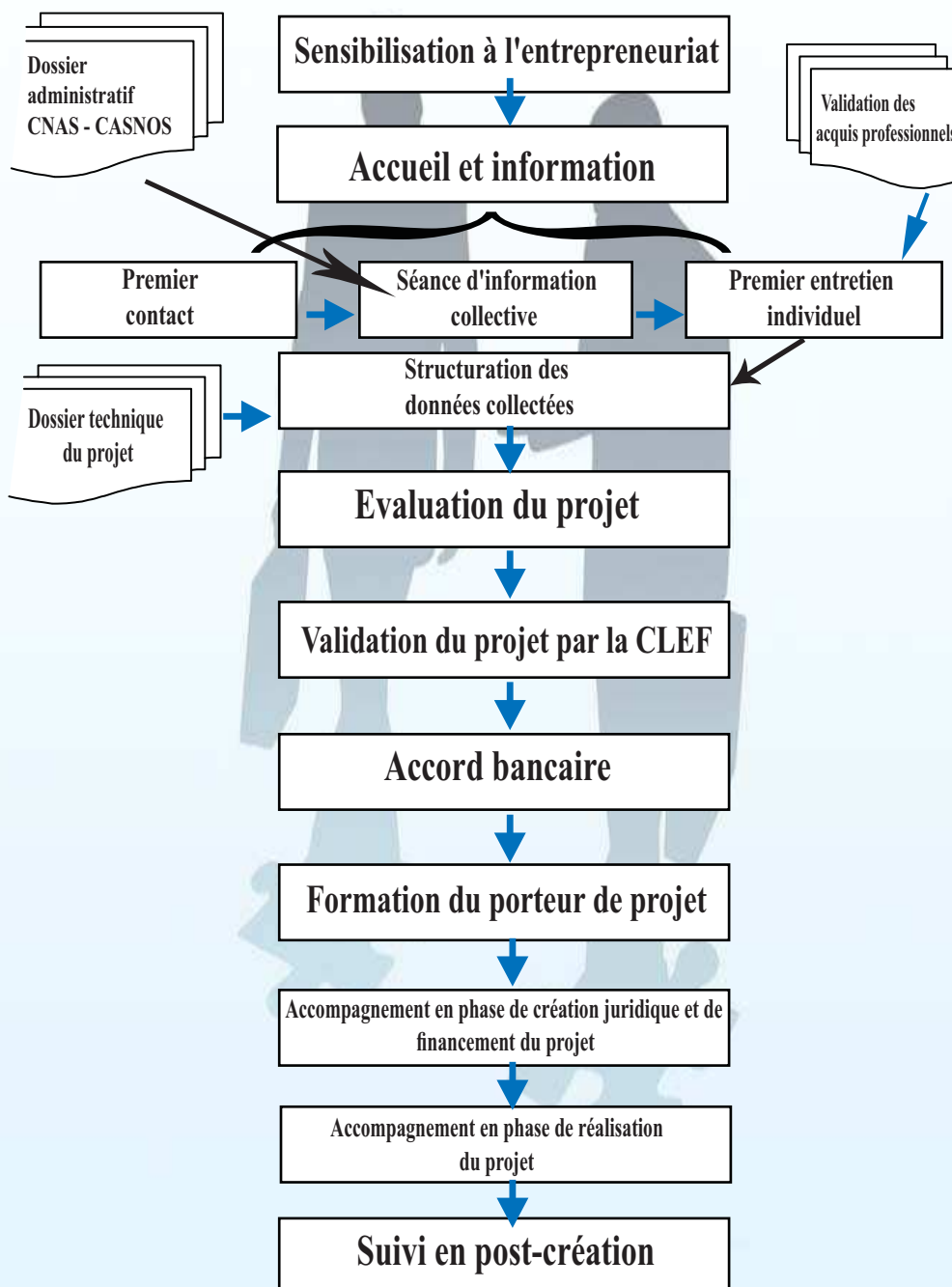
- Franchise de la TVA pour l'acquisition de biens d'équipements et de services entrant directement dans la réalisation de l'investissement;
- application du taux réduit de 5% en matière de droits de douane pour les biens d'équipement importés entrant directement dans la réalisation de l'investissement;
- exemption du droit de mutation à titre onéreux sur les acquisitions immobilières effectuées dans le cadre de la création de l'activité;
- exonération des droits d'enregistrement sur les actes constitutifs des micro-entreprises.

3-2- phase exploitation :

Des avantages fiscaux sont accordés à la micro- entreprise (pour une période de trois (03) ans à partir du démarrage de l'activité ou de six (06) ans quand le projet est implanté dans une zone spécifique

- Exonération totale de l'IBS, de l'IRG et de la TAP ;
- Exonération de la taxe foncière sur les constructions et additions de construction servant aux activités exercées par les jeunes promoteurs.

LES ÉTAPES DE L'ACCOMPAGNEMENT



INVESTISSEMENT D' EXTENSION

L'investissement d'extension concerne les micro-entreprises réalisées dans le cadre du dispositif **ANSEJ** et qui ont la propension à l'extension des capacités de production dans la même activité ou une activité connexe.

1- CONDITIONS D'ELIGIBILITE :

La micro entreprise doit répondre aux conditions suivantes :

- remboursement du crédit bancaire à hauteur de **70 %** en cas de financement triangulaire;
- remboursement intégral du crédit bancaire en cas de changement de banque ou de type de financement du triangulaire vers le mixte;
- remboursement à hauteur de **70 %** du PNR en cas de financement mixte.
- remboursement régulier des échéances du PNR;
- déclaration d'existence faisant ressortir les trois **(03)** années d'exploitation (en zones normales) et six **(06)** années (en zones spécifiques);
- avoir des bilans fiscaux retraçant l'évolution positive de la micro entreprise.

2- LES MONTAGES FINANCIERS :

Deux formules de financement sont prévues dans le cadre du dispositif **ANSEJ** pour les investissements d'extension, qui sont identiques à l'investissement de création (voir le montage financier de l'investissement de création)

3-AIDES FINANCIERES ET AVANTAGES FISCAUX POUR L'EXTENSION :

Les mêmes aides financières et avantages fiscaux accordés à l'investissement de création sont appliqués à l'investissement d'extension (phases réalisation et exploitation).



LES ÉTAPES DE L'ACCOMPAGNEMENT EN PHASE D' EXTENSION

RECEUIL D' INFORMATIONS



EVALUATION DU PROJET



ACCORD BANCAIRE



ACCOMPAGNEMENT EN PHASE
DE FINANCEMENT DU PROJET



ACCOMPAGNEMENT EN PHASE
DE REALISATION DU PROJET



SUIVI DE L' ENTREPRISE

FONDS DE CAUTION MUTUELLE DE GARANTIE RISQUES / CREDITS JEUNES PROMOTTEURS

1-Rôle du Fonds de Garantie

Le Fonds de Caution Mutuelle de Garantie Risques/Crédits Jeunes Promoteurs a été créé afin de garantir les crédits accordés par les banques et les établissements financiers aux micro entreprises créées dans le cadre du dispositif **ANSEJ**.

La garantie du fonds complète celles déjà fournies aux établissements de crédits à savoir :

- Le nantissement des équipements au 1er rang au profit de la banque ou de l'établissement financier et au profit de l'**ANSEJ** au 2ème rang.
- L'assurance multirisque subrogée au profit de la banque
- Le gage du matériel roulant.

Les adhérents au Fonds de Garantie sont d'une part, les banques et les établissements financiers et d'autre part, les micro entreprises ayant opté pour la formule de financement triangulaire dans le cadre du dispositif **ANSEJ**, aussi bien pour les investissements de création que ceux de l'extension.

2- Modalités d'adhésion et de cotisation

L'adhésion de la micro entreprise au fonds se fait après notification de l'accord bancaire et avant la délivrance de la décision d'octroi des avantages par les services de l'**ANSEJ**.

Le montant de la cotisation est calculé sur la base du montant du crédit bancaire et de sa durée .

Le taux de la cotisation pour chaque échéance est de **0,35%** du principal restant à rembourser.

Le paiement de la cotisation au profit du fonds est effectué en une seule fois et intégralement au moment de l'adhésion de la micro entreprise.

3- Modalités de fonctionnement du Fonds de Garantie

Le Fonds intervient après déclaration de l'incapacité de la micro entreprise à rembourser le crédit bancaire.

La créance est alors transférée au Fonds qui procède à la vérification de l'incapacité de remboursement du crédit bancaire contracté par la micro entreprise.

Après vérification de l'insolvabilité de la micro entreprise, le fonds indemnise la banque ou l'établissement financier à hauteur de **70%** du montant de la créance restant due en principal et intérêt à la date du sinistre.

A partir de ce moment, la banque ou l'établissement financier engage, à l'encontre de la micro entreprise, l'action de recouvrement du crédit dont le produit est reversé au fonds à hauteur du montant indemnisé.

Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes

* Tizi Ouzou *

Répartition par Secteur d'Activité

- Du 1997 au 31/12/2010 -

Dossiers déposés :

<i>Dossiers déposés repartis par secteur d'activité</i>				
	<i>Phase Réalisation</i>		<i>Phase extension</i>	
	<i>Nombre</i>	<i>Emplois prévus</i>	<i>Nombre</i>	<i>Emplois prévus</i>
<i>Service</i>	8 766	22 198	118	448
<i>Artisanat</i>	884	2 289	4	11
<i>Agriculture</i>	5 848	10 694	7	12
<i>Hydraulique</i>	58	338	1	5
<i>Pêche</i>	29	158	-	-
<i>Transport</i>	3 857	5 374	169	309
<i>Industrie</i>	5 518	18 965	69	369
<i>BTPH</i>	2 982	11 351	45	338
<i>Profession libérale</i>	482	1 092	28	68
<i>Maintenance</i>	898	2 207	10	32
TOTAL	29 332	74 666	451	1 592

Dossiers éligibles :

<i>Dossiers déposés repartis par secteur d'activité</i>				
	<i>Phase Réalisation</i>		<i>Phase extension</i>	
	<i>Nombre</i>	<i>Emplois prévus</i>	<i>Nombre</i>	<i>Emplois prévus</i>
<i>Service</i>	6 724	16 876	81	287
<i>Artisanat</i>	633	1 529	5	14
<i>Agriculture</i>	4 358	8 284	4	11
<i>Hydraulique</i>	44	246	3	14
<i>Pêche</i>	25	145	-	-
<i>Transport</i>	3 474	4 496	140	241
<i>Industrie</i>	4 494	15 188	62	321
<i>BTPH</i>	2074	8 328	39	356
<i>Profession libérale</i>	438	992	25	55
<i>Maintenance</i>	723	1 784	5	20
TOTAL	22 987	57 868	364	1 319

Accords bancaires :

<i>Dossiers déposés repartis par secteur d'activité</i>				
	<i>Phase Réalisation</i>		<i>Phase extension</i>	
	<i>Nombre</i>	<i>Emplois créés</i>	<i>Nombre</i>	<i>Emplois créés</i>
<i>Service</i>	<i>3 301</i>	<i>8 656</i>	<i>64</i>	<i>222</i>
<i>Artisanat</i>	<i>262</i>	<i>601</i>	<i>3</i>	<i>10</i>
<i>Agriculture</i>	<i>940</i>	<i>1 919</i>	<i>2</i>	<i>5</i>
<i>Hydraulique</i>	<i>20</i>	<i>122</i>	<i>1</i>	<i>4</i>
<i>Pêche</i>	<i>12</i>	<i>64</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
<i>Transport</i>	<i>2 200</i>	<i>3 041</i>	<i>97</i>	<i>170</i>
<i>Industrie</i>	<i>2 068</i>	<i>7 182</i>	<i>32</i>	<i>119</i>
<i>BTPH</i>	<i>1 362</i>	<i>4 997</i>	<i>27</i>	<i>215</i>
<i>Profession libérale</i>	<i>253</i>	<i>629</i>	<i>10</i>	<i>25</i>
<i>Maintenance</i>	<i>348</i>	<i>943</i>	<i>4</i>	<i>10</i>
<i>TOTAL</i>	<i>10 766</i>	<i>28 154</i>	<i>240</i>	<i>780</i>

Projets créés :

<i>Dossiers déposés repartis par secteur d'activité</i>				
	<i>Phase Réalisation</i>		<i>Phase extension</i>	
	<i>Nombre</i>	<i>Emplois créés</i>	<i>Nombre</i>	<i>Emplois créés</i>
<i>Service</i>	<i>2 880</i>	<i>7 504</i>	<i>62</i>	<i>171</i>
<i>Artisanat</i>	<i>171</i>	<i>410</i>	<i>5</i>	<i>19</i>
<i>Agriculture</i>	<i>750</i>	<i>1 634</i>	<i>3</i>	<i>7</i>
<i>Hydraulique</i>	<i>26</i>	<i>196</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
<i>Pêche</i>	<i>10</i>	<i>59</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
<i>Transport</i>	<i>1 938</i>	<i>2 764</i>	<i>92</i>	<i>158</i>
<i>Industrie</i>	<i>1 825</i>	<i>6 382</i>	<i>36</i>	<i>156</i>
<i>BTPH</i>	<i>1 228</i>	<i>4 489</i>	<i>32</i>	<i>212</i>
<i>Profession libérale</i>	<i>263</i>	<i>651</i>	<i>10</i>	<i>20</i>
<i>Maintenance</i>	<i>288</i>	<i>797</i>	<i>6</i>	<i>19</i>
<i>TOTAL</i>	<i>9 379</i>	<i>24 886</i>	<i>246</i>	<i>762</i>

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

Université Mouloud Mammeri Tizi-Ouzou (UMMTO).
Faculté des Sciences Economiques, Gestion et Commerciales.
Département des Sciences de Gestion
Questionnaire d'enquête

Dans le cadre de réalisation d'un mémoire de magister en sciences de Gestion.

Option : Management des entreprises.

Thème

Impact des politiques publiques d'aide à l'entrepreneuriat sur l'émergence de l'esprit d'entreprise chez les jeunes. Cas : ANSEJ de Tizi-Ouzou.

La présente étude portera sur l'effet des programmes d'aide à la création d'entreprises (ANSEJ) sur l'émergence d'un esprit d'entreprise chez les jeunes de la wilaya de Tizi-Ouzou afin de déterminer leurs profils, motivations et attitudes vis-à-vis de ces dispositifs.

Si vous acceptez de remplir le présent questionnaire, nous tenons à vous informer que la présente étude revêt un caractère purement scientifique. Elle est tout à fait anonyme et confidentielle.

La qualité et la précision de vos réponses en assureront la réussite.

Merci à l'avance pour votre collaboration dont dépend la réussite de cette étude.

1. Informations concernant le profil de jeune créateur :

• Le sexe :

- Masculin ☐
- Féminin ☐

• L'âge :

- Quel est votre âge ?.....

• Le niveau d'instruction :

- Primaire ☐
- Secondaire ☐
- Moyen ☐
- Universitaire ☐

• Diplômes obtenus :

- Sciences sociales ☐ (préciser).....
- Sciences de l'ingénieur ☐ (préciser).....
- Formation professionnelle ☐ (préciser).....

• La situation professionnelle de l'entrepreneur avant la création de l'entreprise :

- Chef d'une autre entreprise ☐
- Employé ☐
- Etudiant ☐
- Stagiaire ☐
- Chômeur ☐

• Quelle expérience aviez-vous de la création d'entreprise ?

- Vous êtes issu(e) d'une famille d'entrepreneurs oui ☐ non ☐
- Un membre de votre famille a créé une entreprise oui ☐ non ☐
- Quelqu'un que vous connaissez a créé une entreprise oui ☐ non ☐

• Les motivations de création de votre entreprise :

- Créer son propre emploi vu le chômage ☐
- Goût d'entreprendre et prise de risque ☐
- Etre indépendant ☐
- Créer quelque chose de nouveau sur le marché ☐
- Mettre en pratique des connaissances acquises à l'université ou à l'école ☐
- Gagner plus d'argent ☐
- Créer des emplois dans la région ☐
- Investir des capitaux existants ☐
- bénéficier des avantages de l'ANSEJ ☐

• Les ressources de création de l'entreprise (autres que l'apport de l'ANSEJ et bancaire).

- Capitaux propres (personnels) ☐
- L'emprunt auprès des membres de la famille ou des amis ☐
- Prêts auprès du circuit informel ☐
- Autres (précisez).....

- **Pour réussir une entreprise, pensez-vous que**

- Il faut beaucoup de chance ☐
- Il faut beaucoup de préparation ☐
- Il faut certaines qualités personnelles ☐
- Il faut connaître des gens influents ☐
- Il faut beaucoup d'efforts et dynamisme ☐
- Disponibilité à prendre des risques ☐
- Ouverture à l'innovation ☐

- **Les difficultés de création de l'entreprise**

- ☐ Prospection de la clientèle potentielle
- ☐ Recherche du financement bancaire
- ☐ Recherche de fonds propres
- ☐ Recherche de fournisseurs
- ☐ Prévisions d'activité
- ☐ Recherche du foncier
- ☐ Recherche de personnel qualifié
- ☐ Manque d'information.
- ☐ Lenteurs administratives.
- ☐ La concurrence.
- ☐ Autres (préciser).....

2. Identification de l'entreprise et processus de création

- **Présentation de l'entreprise :**

- La localisation :
- Le statut juridique :
 - EURL ☐
 - SARL ☐
 - SPA ☐
 - SNC ☐
 - E. individuelle ☐
 - Autres (précisez).....

- **Activité principale de votre entreprise**.....

- **Nombre d'employés (autre qu'associés)**.....

- **Le choix du secteur d'activité a été déterminé en fonction :**

- ☐ Des conseils de l'ANSEJ.
- ☐ Des conseils des amis ou famille.
- ☐ Une évaluation des opportunités présentes dans l'environnement.
- ☐ Du Diplôme acquis.
- ☐ Expériences antérieures dans le domaine.
- ☐ Autre (préciser).....

- **Avez-vous des connaissances préalables en entrepreneuriat**

☐ Oui

☐ Non

- Avant de créer votre entreprise avez-vous réalisé une étude de marché ?

☐ Oui

☐ Non

Si oui par quels moyens :

☐ Propre

☐ Bureau d'études

☐ Autre (préciser).....

- Pensez-vous que l'entreprise que vous allez créer est nouvelle dans la région ?

☐ Oui

☐ Non

- **Comptez- vous apporter des innovations à votre entreprise ?**

- Oui ☐

- Non ☐

Si oui, l'innovation se fera dans quel sens ?

- Le processus de production (nouvelles machines et techniques de production) ☐

- Amélioration des produits existants ☐

- Fabrication de nouveaux produits ☐

- Emballages ☐

- Autres (préciser)

- Avez-vous reçu une formation pour créer votre entreprise ?

Oui ☐

Non ☐

Si Oui, quel type de formation ?.....

- Pensez-vous que la formation encourage la créativité et l'innovation ?

D'accord ☐

☐ Pas du tout d'accord

- Pour vous, pour réussir son entreprise, il faut :

☐ Savoir où s'informer,

☐ Connaître les lois qui protègent les entreprises,

☐ Savoir gérer le risque,

☐ Savoir réagir à l'incertitude,

- La question suivante concerne l'aide dont vous aviez besoin et l'aide dont vous avez bénéficié dans différents domaines

	Besoin d'aide		Qualité de l'aide obtenue
Comptabilité/finance	oui ☐	non ☐	☐ Bonne ☐ moyenne ☐ passable
Techniques de vente	oui ☐	non ☐	☐ Bonne ☐ moyenne ☐ passable
Administratif et juridique	oui ☐	non ☐	☐ Bonne ☐ moyenne ☐ passable
Aide à la décision (stratégie, investissement,...etc.)	oui ☐	non ☐	☐ Bonne ☐ moyenne ☐ passable
Relation avec la banque	oui ☐	non ☐	☐ Bonne ☐ moyenne ☐ passable
Soutien moral	oui ☐	non ☐	☐ Bonne ☐ moyenne ☐ passable
Autre (préciser)	oui ☐	non ☐	☐ Bonne ☐ moyenne ☐ passable

3. Attitude vis-à-vis des facteurs politiques et économiques :

- **La politique gouvernementale et la création d'entreprise :**

Pensez-vous que :

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord
La protection sociale favorise la création,				
Les politiques publiques stables,				
Formalités administratives ne prennent pas plus de trois mois,				
Fiscalité ne freine pas la création d'entreprise,				
Facile de trouver un interlocuteur compétent,				
Les aides sont accessibles				
Organismes d'aide à la création d'entreprise sont importants aux créateurs,				
Un nombre approprié de dispositifs.				

- **Le financement :**

Que pensez-vous des éléments suivants :

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord
L'aide de l'entourage source de financement efficace				
Les aides publiques ont un impact positif sur la création d'entreprise				
Difficulté d'accès au crédit freine la création				
Manque de fonds freine la création				

- **Causes des difficultés d'accès à un crédit bancaire**

D'après vous, pourquoi cette difficulté d'accès à un crédit bancaire ?

- Manque de confiance ☐
- Pas de garantie de remboursement ☐
- L'inexistence de banques spéciales pour les PME-PMI ☐
- Autres (précisez).....

4. Accompagnement et appui à la création d'entreprise par l'ANSEJ

- **Impact de l'ANSEJ sur le choix d'une carrière entrepreneuriale :**

- Est-ce que le fait qu'il y a le dispositif qui a déterminé votre choix de devenir entrepreneur ?
☐ Oui ☐ Non
- Si l'ANSEJ n'existe pas est ce que vous serez tenter de créer votre entreprise ?
☐ Oui ☐ Non

- Sans l'aide de l'ANSEJ comptez-vous créer votre entreprise tout seul ?
☐ Oui ☐ Non

- Vous avez pris contact avec l'ANSEJ pour :
 - ☐ Avoir des conseils, formations et suivi.
 - ☐ Rechercher des financements.
 - ☐ Rechercher des avantages fiscaux et parafiscaux.
 - ☐ Diminuer le risque lié à l'activité de création d'entreprise.

- Classer les aides de l'ANSEJ selon l'ordre d'importance (étant le 1^{er} le plus important) :
 - ☐ Crédit sans intérêt.
 - ☐ Bonification du taux d'intérêt.
 - ☐ Aides fiscales et parafiscales en phase de réalisation du projet.
 - ☐ Aides fiscales et parafiscales en phase d'exploitation du projet.

- Le niveau d'efficacité des services de l'ANSEJ :
 - ☐ La diffusion des informations qui concernent les subventions octroyées
 - ☐ Le suivi post-crédation d'entreprise
 - ☐ Présentation des conseils réglementaires
 - ☐ Recherche de fonds propres
 - ☐ Organisation des salons d'exposition
 - ☐ Formation et recyclage des entrepreneurs

Le constat général sur l'ANSEJ et divers services :

- D'après vous bénéficier seulement des avantages financiers, fiscaux et parafiscaux, est-il suffisant pour créer une entreprise ?
☐ Oui ☐ Non

- Est-ce que le fait de bénéficier des avantages financiers c'est-à-dire réduire le risque financier contribue à réduire le risque global lié à la création d'une entreprise ?
☐ Oui ☐ Non

- Quel constat faites-vous de l'accompagnement accordé par l'ANSEJ ?
☐ Excellent ☐ Bon ☐ Moyen

- Etes-vous satisfait des divers services reçus par l'ANSEJ ?
☐ Oui ☐ Non

- Avez-vous l'intention d'abandonner cette activité dans le futur?
☐ Oui ☐ Non

Table des figures

- Figure n°1 : La théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991).....	21
- Figure n°2 : Modèle des influences principales sur la création d'entreprise.....	52
- Figure n°3 : Les composantes de base du processus de création.....	53
- Figure n°4 : La confrontation des composantes de la démarche de création.....	53
- Figure n°5 : Processus d'aide et d'assistance à la création et au développement des entreprises.....	75
- Figure n°6 : Éléments d'une politique de l'entrepreneuriat.....	78
- Figure n°7 : Le Triptyque Porteur-Portant-Porté.....	90
- Figure n°8 : L'altération du triptyque Porteur-Portant-Porté.....	91
- Figure n°9 : Les projets à aider et ceux à éviter pour l'incubateur.....	93
- Figure n°10 : La dynamique du modèle des « 3E ».....	95
- Figure n°11 : La dynamique du processus d'incubation.....	96
- Figure n°12 : Evolution des PME/PMI en Algérie durant 2003-2010	117
- Figure n°13 : Evolution des emplois Pme/PMI en Algérie durant 2004/2010.....	118
- Figure n°14 : Représentation globale du dispositif d'appui et de développement des PME en Algérie.....	135
- Figure n° 15 : Répartition des jeunes entrepreneurs selon le sexe.....	153
- Figure n°16 : La politique gouvernementale et incitation à l'entrepreneuriat...	165
- Figure n°17 : La dimension financière des jeunes entrepreneurs.....	166
- Figure n°18 : Liaison entre le niveau d'instruction et l'activité choisie.....	171
- Figure n°19 : Rapport entre le diplôme obtenu et la situation professionnelle pré-crédation.....	172
- Figure n°20 : Les logiques d'action du créateur selon C.Bruiat (1993).....	178

Table des tableaux

- Tableau n°1 : Les trois approches de la Recherche en Entrepreneuriat.....	34
- Tableau n°2 : Caractéristiques des dispositifs de promotion de l'entrepreneuriat.....	86
- Tableau n°3 : La typologie des PME/PMI.....	115
- Tableau n°4 : Evolution des PME/PMI en Algérie de 2003 à 2010.....	116
- Tableau n°5 : Evolution des emplois PME/PMI en Algérie durant 2004/2010.....	118
- Tableau n°6 : La répartition des jeunes entrepreneurs selon leur niveau d'instruction.....	154
- Tableau n°7 : Répartition des jeunes entrepreneurs selon les diplômes obtenus.....	154
- Tableau n°8 : Répartition des jeunes entrepreneurs selon leur situation antérieure.....	155
- Tableau n°9 : Expériences des entrepreneurs par rapport à la création d'entreprise.....	155
- Tableau n°10 : Les motivations à la création d'entreprise des jeunes entrepreneurs.....	156
- Tableau n°11 : Les ressources pour la création d'entreprise.....	157
- Tableau n°12 : La réussite entrepreneuriale pour les jeunes entrepreneurs.....	157
- Tableau n°13 : Les difficultés à la création des jeunes entrepreneurs.....	158
- Tableau n°14 : La répartition juridique des entreprises.....	159
- Tableau n°15 : Répartition des entreprises par secteur d'activité.....	159
- Tableau n°16 : Répartition des effectifs des entreprises à créées.....	160
- Tableau n°17 : Détermination de choix du secteur d'activité.....	160
- Tableau n°18 : Les connaissances entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs.....	161
- Tableau n°19 : Réalisation d'une étude de marché par les jeunes entrepreneurs.....	161
- Tableau n°20 : Le moyen de la réalisation de l'étude de marché.....	161
- Tableau n°21 : La nouveauté de l'activité dans la région.....	162
- Tableau n°22 : Intention des entrepreneurs à l'innovation.....	162

- Tableau n°23 : La formation pour créer une entreprise.....	162
- Tableau n°24 : Influence de la politique gouvernementale sur la création d'entreprise.....	163
- Tableau n°25 : La dimension financière et création d'entreprise.....	165
- Tableau n°26 : Les causes des difficultés d'accès à un crédit bancaire.....	167
- Tableau n°27 : Le rôle de l'ANSEJ dans le choix de devenir entrepreneur.....	167
- Tableau n°28 : Les causes de recours à l'ANSEJ par les jeunes entrepreneurs.....	168
- Tableau n°29 : Classification des aides accordées par l'ANSEJ.....	169
- Tableau n°30 : Classification de niveau d'efficacité des services de l'ANSEJ.....	169
- Tableau n°31 : Le constat des jeunes entrepreneurs sur l'ANSEJ et les divers avantages.....	170
- Tableau n°32 : Niveau d'instruction et activité choisie.....	171
- Tableau n°33 : Le diplôme obtenu et la situation professionnelle pré-crédation.....	172

Table des matières

Remerciement.....	1
Sommaire.....	2
Introduction générale et problématique de recherche.....	3
Chapitre 1 : l'entrepreneuriat et esprit d'entreprise chez les jeunes.....	11
Introduction.....	11
Section 1 : Les théories explicatives de l'entrepreneuriat des jeunes.....	13
1.1. L'entrepreneuriat et les jeunes.....	13
1.2. Les théories explicatives de l'entrepreneuriat des jeunes.....	14
1.2.1. La théorie du processus entrepreneurial : de la perception à la recherche de création.....	14
1.2.2. La théorie de la carrière et le développement de l'identité entrepreneuriale.....	16
1.3. La théorie de l'intention d'entreprendre et émergence de l'esprit d'entreprise.....	19
1.3.1. La théorie de l'action raisonnée et du comportement planifié d'Ajzen (1991).....	20
1.4. Le jeune entrepreneur face à ses motivations.....	22
1.4.1. Motivations sous-jacentes au lancement d'entreprises par les jeunes.....	24
 Section 2 : Esprit d'entreprise : éléments de définition.....	 25
2.1. Les dimensions de l'esprit d'entreprise.....	26
2.1.1. L'entrepreneuriat.....	26
2.1.1.1. Les paradigmes de l'entrepreneuriat.....	28
2.1.1.2. L'entrepreneur : personnage central au cœur de l'entrepreneuriat.....	31
2.1.1.3. Les typologies d'entrepreneurs.....	35
2.1.1.4. Les buts économiques des entrepreneurs.....	36
2.1.2. L'esprit d'entreprise et la prise de risque.....	37
2.1.2.1. Notion de risque dans la littérature.....	37
2.1.2.2. Types de risques liés à l'activité entrepreneuriale.....	39
2.1.2.3. Etude de risque entrepreneuriale à travers les approches.....	39
2.1.3. Innovation moteur de l'esprit d'entreprise.....	41
2.1.3.1. Définition de l'innovation.....	41
2.1.3.2. L'entrepreneur innovateur de Schumpeter.....	43
2.2. Esprit d'entreprise de la culture entrepreneuriale.....	44
2.3. L'esprit d'entreprise : particularisme ou pas ?.....	46
2.3.1. Les aspects personnels et culturels.....	46
2.3.2. Les aspects relationnels et environnementaux.....	46
2.3.3. Les aspects conceptuels et opérationnels.....	47
 Section 3 : La création d'entreprise.....	 47
3.1. La création d'entreprise : définition et intérêt.....	47
3.2. Influences de la création d'entreprise.....	49
3.2.1. Le niveau de désirabilité.....	49
3.2.2. Le niveau de faisabilité (variable économiques).....	50
3.2.3. Le niveau de création.....	50
3.3. Les composantes de la démarche de création.....	52
3.4. Le processus de la création d'entreprise.....	54
3.5. L'esprit d'entreprise et la création d'entreprise.....	56
Conclusion.....	58

Chapitre 2 : Valoriser l'esprit d'entreprise : le rôle des politiques publiques.....	59
Introduction.....	59
Section 1 : La nécessité d'encourager l'esprit d'entreprise.....	61
1.1. Importance et enjeux socio-économiques de l'esprit d'entreprise.....	61
1.1.1. L'esprit d'entreprise contribue à la création d'emplois et à la croissance.....	61
1.1.2. L'esprit d'entreprise est un élément essentiel de la compétitivité.....	62
1.1.3. L'esprit d'entreprise vecteur de l'épanouissement personnel.....	62
1.1.4. L'esprit d'entreprise et les valeurs sociales.....	62
1.2. Emergence de l'esprit d'entreprise : le rôle de l'Etat.....	63
1.2.1. Les conditions cadres propices.....	63
1.2.2. Des programmes gouvernementaux bien conçus.....	63
1.2.3. Une attitude culturelle positive.....	64
1.3. Les conditions environnementales d'émergence d'esprit d'entreprise.....	65
1.3.1. Stabilité économique.....	65
1.3.2. La fiscalité.....	65
1.3.3. Les conditions à l'entrée.....	66
1.3.4. L'application de la législation.....	66
1.3.5. Les politiques et les programmes de soutien à l'entrepreneuriat.....	66
1.4. Stimulation directe de l'esprit d'entreprise.....	67
1.5. Développement d'un milieu entrepreneurial.....	70
 Section 2 : Les politiques publiques d'aide à l'entrepreneuriat.....	 71
2.1. L'entrepreneuriat et le politique.....	71
2.1.1. Promotion et aide à l'entrepreneuriat.....	72
2.1.1.1. Assistance et soutien aux jeunes entrepreneurs.....	72
2.1.2. Processus d'aide et d'assistance à la création d'entreprise.....	74
2.2. Eléments d'une politique de développement de l'entrepreneuriat.....	76
2.2.1. Sensibilisation.....	76
2.2.2. Production des idées.....	77
2.2.3. Création d'entreprise.....	77
2.2.4. Croissance et expansion.....	80
2.3. Valoriser l'esprit d'entreprise.....	81
 Section 3 : Accompagnement comme élément clé d'une politique d'encouragement à l'entrepreneuriat.....	 82
3.1. Une politique publique d'accompagnement.....	82
3.1.1. Définition de l'accompagnement.....	82
3.1.2. La fonction technique et le rôle social de l'accompagnement.....	83
3.1.2.1. L'accueil.....	84
3.1.2.2. L'accompagnement proprement dit.....	84
3.1.2.3. Le suivi post-crétation.....	85
3.2. Soutien et accompagnement des jeunes entrepreneurs.....	85
3.2.1. Missions des dispositifs d'accompagnement des jeunes.....	88
3.2.2. Le triptyque de la relation d'accompagnement des jeunes entrepreneurs.....	90
3.3. L'apport des structures d'accompagnement en phase du processus de création d'entreprise.....	92

3.3.1. L'apport des structures d'accompagnement en phase de pré-incubation.....	92
3.3.2. L'apport des structures d'accompagnement en phase d'incubation.....	94
3.3.3. L'apport des structures de suivi en phase de post incubation.....	97
Conclusion.....	98

Chapitre 03 : Evolution de l'entrepreneuriat et les politiques publiques en faveur de la création d'entreprise en Algérie.....99

Introduction.....99

Section 1 : Hétérogénéité des systèmes entrepreneuriaux et évolution des politiques publiques d'encouragement à l'esprit d'entreprise en Algérie.....103

1.1. Historique et évolution de l'entrepreneuriat en Algérie.....	103
1.1.1. L'entrepreneur de l'Algérie indépendante.....	103
1.1.1.1. Les décennies 60-70 : La création d'entreprise ou l'Etat entrepreneur.....	103
1.1.1.2. Les décennies 80-90 : désengagement de l'Etat et l'essor de l'entreprise privée.....	104
1.1.2. L'entrepreneur de l'Algérie en transition vers l'économie de marché.....	105
1.1.3. Regain d'intérêt pour la petite entreprise en Algérie.....	106
1.2. Evolution des politiques publiques en faveur de l'entrepreneuriat en Algérie et rôle de l'Etat.....	107
1.2.1. La période de 1962 à 1982.....	107
1.2.2. La période de 1982 à 1993.....	108
1.2.3. La période de libéralisation 1993 à 2010.....	109
1.3. La liberté entrepreneuriale et création d'entreprise par les jeunes.....	111
1.3.1. La liberté entrepreneuriale en Algérie.....	111
1.3.2. Chômage et la création d'entreprise par les jeunes en Algérie.....	112
1.3.3. La création d'entreprises et la politique de soutien à l'emploi des jeunes.....	112

Section 2 : La petite entreprise et son financement en Algérie.....114

2.1. Définition de la PME/PMI selon la loi algérienne.....	114
2.2. Évolution des petites entreprises en Algérie.....	115
2.3. Importance et rôle des PME/PMI pour le développement économique algérien.....	117
2.3.1. La création d'emploi.....	117
2.3.2. La création de la valeur ajoutée.....	119
2.3.3. La distribution des revenus.....	119
2.4. Le rôle du secteur financier dans la création d'entreprise en Algérie.....	119
2.4.1. Le secteur financier algérien.....	120
2.4.1.1. Les structures publiques d'aide à la création d'entreprises.....	120
2.4.2. Très petite entreprise et moyen de financement.....	121
2.4.2.1. La logique bancaire.....	122
2.4.2.2. Soutien et financement public.....	123
2.4.3. Les difficultés d'accès aux crédits.....	123

Section 3 : Les dispositifs et les structures d'aide et d'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie.....125

3.1. Les organes de promotion et d'accompagnement à la création d'entreprise.....	126
3.1.1. Le Conseil National de l'Investissement.....	126

3.1.2. Le Fond d'Appui aux Investissements.....	127
3.2. Les régimes d'avantage pour les investissements.....	128
3.3. Les structures d'aide à la création d'entreprises (activités économiques).....	128
3.3.1. L'ANDI et le Guichet Unique Décentralisé.....	128
3.3.2. L'Agence Nationale pour le Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ).....	130
3.3.3. La Caisse Nationale d'Allocation Chômage (CNAC).....	132
3.3.4. L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM).....	133
3.4. Eléments des politiques publiques de promotion à l'entrepreneuriat et esprit d'entreprise en Algérie.....	135
3.4.1. La formation.....	135
3.4.2. Soutien à l'investissement.....	137
3.4.2.1. Soutien à la demande globale.....	137
3.4.2.2. Dispositifs de soutien à l'investissement.....	137
3.4.3. Innovation.....	138
Conclusion.....	141

Chapitre 4 : les aspects méthodologiques de la recherche, résultats, interprétation et analyse.....142

Introduction.....142

Section 1 : La démarche méthodologique.....	143
1.1. Le cadre de la recherche.....	143
1.1.1. La pertinence de la problématique posée.....	143
1.1.1.1. Formulation de la question de départ.....	143
1.1.1.2. L'explication de la problématique.....	144
1.2. L'élaboration du modèle d'analyse.....	147
1.2.1.1. La construction d'hypothèses.....	147
1.2.1.2. La décomposition de la question de départ.....	147
1.2.1.3. L'élaboration des hypothèses.....	148
1.2.2. L'objectif du travail de terrain.....	148
1.2.2.1. La mise à l'épreuve des hypothèses.....	148
1.3. Spécificités de la démarche mise en œuvre.....	149
1.3.1. La méthode choisie pour le recueil d'informations.....	149
1.3.2. Le choix et la constitution de l'échantillon.....	150
1.3.3. Le dépouillement du questionnaire.....	151

Section 2 : Résultats de l'enquête auprès des jeunes entrepreneurs qui ont sollicité l'ANSEJ de Tizi-Ouzou.....	152
2.1. Résultats de l'enquête.....	152
2.1.1. Identification du promoteur.....	152
2.1.2. Identification de l'entreprise et processus de création.....	159
2.1.3. Attitudes vis-à-vis des facteurs politiques et économiques.....	163
2.1.4. Accompagnement et appui à la création d'entreprise par l'ANSEJ.....	177
2.2. Le tri croisé des variables.....	171

Section 3 : Analyse de l'impact des politiques entrepreneuriale sur l'esprit d'entreprise des jeunes suite au recueil d'informations.....	173
3.1. Des connaissances entrepreneuriales restent insuffisantes.....	173

3.1.1. Une intention entrepreneuriale pour une intégration sociale.....	174
3.2. Analyse des catégories de jeunes entrepreneurs issus de l'ANSEJ.....	175
3.2.1. Logique d'action entrepreneuriale comme point de départ de la réflexion.....	175
3.2.2. Les jeunes entrepreneurs et leur logique d'action entrepreneuriale.....	175
3.2.3. Types d'entrepreneuriat possible à travers l'analyse des logiques d'action.....	176
3.2.3.1. L'entrepreneuriat de reproduction.....	176
3.2.3.2. L'entrepreneuriat d'imitation.....	176
3.2.3.3. L'entrepreneuriat de valorisation.....	176
3.2.3.4. L'entrepreneuriat d'aventure.....	177
3.2.4. Logiques d'action des entrepreneurs et réaction des politiques publiques.....	178
3.3. Analyse de la logique entrepreneuriale des jeunes créateurs issus de l'ANSEJ.....	180
3.3.1. Création d'entreprise : devenir entrepreneur ou ne pas être demandeur d'emploi ?.....	181
3.3.2. L'entrepreneuriat de nécessité comme la forme de l'entrepreneuriat des jeunes dans le cadre des dispositifs ANSEJ.....	181
3.3.2.1. L'entrepreneuriat de nécessité.....	181
3.3.2.2. L'entrepreneuriat d'opportunité.....	181
3.3.3. Des limites patentes qui demeurent, des projets modestes par manque d'ambition ?.....	183
3.4. Une faible aversion au risque des jeunes entrepreneurs.....	185
Conclusion.....	186
Conclusion générale & recommandations.....	188