

**REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE**

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE  
UNIVERSITE MOULOU MAMMERI DE TIZI-OUZOU

**Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion**  
Département Des Sciences Commerciales



# *Mémoire de fin de cycle*

*En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences Commerciales*

*Spécialité : Marketing Hôtellerie et Touristique*

## *Thème*

*Le Profil des créateurs des entreprises touristiques*

*Cas : Les agences de voyage de la wilaya de Tizi-Ouzou*

**Réalisé par :**

- MAKHLOUF Sara
- SOUDANI Massinissa

**Encadré par :**

- Mr. LHADJ Mohand MOUSSA

**Membres de jurys :**

**Président : Mr. MADDOUCHE Yacine**

**Examineur : Mr. BELHOCINE Hamid**

**Promotion 2020/2021**

# Remerciements

Ce travail ne pouvait se réaliser sans l'aide de Dieu tout puissant et le soutien de nos familles tout au long de ce long parcours

Nous tenons à remercier notre encadreur Mr LHADJ MOHAND MOUSSA qui nous a guidé, encouragé et conseillé tout au long de cette recherche, nous remercions aussi le membre du jury

Nous présentons aussi nos remerciements à l'équipe pédagogique qui a veillé au déroulement de ce master dans de bonnes conditions.

Nous remercions également tous les enseignants de l'université Mouloud MAMMARI, qui ont contribué à notre formation durant tout notre cursus universitaire.

Nous remercions vivement toutes les personnes qui nous ont aidés à élaborer de près ou de loin pour accomplir ce travail.

# Dédicaces

- A LA MEMOIRE DE MON TRES CHER PERE
- A MA TRES CHERE MERE
- A MES CHERS FRERES, MENNAD TAKFARINAS ET MOHAMED
- A MES CHERES SCEURS SALOUA, SORAYA ET KHOUKHA
- A TOUS MES AMIS (ES)
- A TOUS CEUX ET TOUTES CELLES QUI ME SONT CHER

**MAKHOUF SARA**

# Dédicaces

- A MON TRES CHERE PAPA ET MAMAN QUI ME BEAUCOUP SOUTENIR ET MON ENCOURAGER.
- A MES CHERS FRERES MOHAMED, KHALIFA ET MUSTAPHA. ET MES SŒURS FAZIA.MALIKA.NASSIMA ET DJOUHAR
- A TOUTE MES COUSINS ET COUSINES.
- A TOUS MES AMIS (ES), ET MES NIECES. ARIAM .RITADJ. ET MARIA AINSI LES PETITS GARCONES BOUDJEMAA ET IDAN
- A TOUS CEUX ET TOUTES CELLES QUI ME SONT CHER

**SOUDANI MASSINISSA**

## Liste des abréviations et sigles

<b>Abréviations</b>	<b>Significations</b>
ANDI	Agence nationale de l'investissement
ANDT	Agence nationale du développement touristique
ANGEM	Agence nationale de gestion du micro crédit
ANSEJ	Agence nationale de soutien a l'emploi des jeunes
APSI	Agence de promotion de soutien et de suivi de l'investissement
CALPI	Le comite d'assurance locale et de promotion de l'investissement
CDT	Comites départementaux de tourisme
CRT	Comites régionaux de tourisme
CNAC	La caisse nationale d'assurance chômage
ENET	Entreprise nationale des études touristique
OMT	Organisation mondiale du tourisme
ONAT	Office national du tourisme
ONG	Organisation non gouvernementale
TO	Tours opérateurs
TVA	la taxe sur la valeur ajoutée
UNESCO	Organisation des nations unies pour l'éducation, la science et la culture

# Sommaire

Introduction Générale	-----
Chapitre I : Généralité sur l'entrepreneuriat et l'entrepreneur	-----
Introduction	-----
Section 01 : Le cadre conceptuel et théorique de l'entrepreneuriat	-----
Section 02 : l'entrepreneur est l'acteur principal de l'entrepreneuriat	-----
Conclusion	-----
Chapitre II : l'entrepreneuriat dans le secteur de tourisme en Algérie	-----
Introduction	-----
Section 01 : les généralité sur le tourisme	-----
Section 02 : le tourisme en Algérie	-----
Section 03 : l'entrepreneuriat touristique en Algérie	-----
Conclusion	-----
Chapitre III : Présentation et Analyse des Résultats de l'enquête	-----
Section 01 : présentation de la willaya de Tizi-Ouzou	-----
Section 02 : Analyse des résultats de l'enquête	-----
Conclusion	-----
Conclusion Générale	-----

# **Introduction générale**

## **Introduction générale**

Dans les sociétés modernes, l'entrepreneuriat est devenu aujourd'hui un enjeu majeur pour la quasi-totalité des pays. L'ensemble des avantages qu'il génère justifie énormément l'intérêt croissant qu'il suscite. Par ailleurs, en plus de sa contribution dans la création d'emploi, dans l'innovation et le renouvellement du tissu économique, l'entrepreneuriat peut présenter de l'intérêt pour les individus qui peuvent trouver dans des situations entrepreneuriales et plus particulièrement dans la création d'entreprise des sources de satisfaction.

L'entrepreneuriat concept difficile à définir puisqu'un flou entoure à la fois la graphie du mot et la délimitation des activités qu'il recouvre. Alors que "l'entrepreneur SHIP" « est passé dans le vocabulaire quotidien dans le monde anglo-saxon son équivalent français, l'entrepreneuriat n'a pas encore connu le même succès. D'ailleurs, son orthographe semble incertaine: «Entrepreneuriat»? ou «Entreprenariat»?

Le petit Robert ne saurait servir d'expédient puisqu'il ne mentionne aucune des deux mots. Pourtant le terme vient de l'évidence du français "entreprendre" ou "entrepreneur". Il est possible de favoriser le terme "entrepreneuriat" puisque, comme le précise l'office québécois de la langue française, il dérive bien de celui "d'entrepreneur" ».

Une des définitions les plus courantes de l'entrepreneuriat consiste à l'associer, parfois de façon synonymique, à la création d'entreprise. Comme le souligne Verstraet dans sa définition « l'entrepreneuriat est un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion » (Verstraete et Fayolle, 2005).

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

Doté de caractéristiques particulières, l'entrepreneur est un individu hétérogène, sa capacité dépend de sa personnalité, de ses ambitions, motivations, formations, compétences, profil psychologique et enfin un entourage ou un environnement socioculturel. Il se distingue par sa volonté de création d'entreprise qui est issue de son profil psychologique. Alors ceci représente un atout qui permettra à l'entrepreneur de résister aux changements de

l'environnement, il lui permet de se différencier par rapport aux autres « être entrepreneur n'est pas donné à tous ! »

Aujourd'hui, et malgré ces énormes potentialités naturelles et socioculturelles, et contrairement aux autres pays du pourtour méditerranéen, l'Algérie est devenue une destination touristique indésirable. Ce secteur n'est plus un choix économique important à l'instar des hydrocarbures.

Cette dépendance totale au détriment des autres secteurs, aboutit peu à peu à une grave crise financière, due à la chute libre du prix du pétrole, ce qui oblige aux autorités, de chercher à d'autres alternatives possibles. Mais elles se trouvent dans un cercle vicieux, entre un investissement coûteux et rentable à long terme, et opter pour des choix provisoires, et mal étudiés qui aggravent de plus en plus cette crise.

### **Problématique de la recherche**

Le but de notre travail consiste à étudier l'activité entrepreneuriale, en portant une attention particulière sur le profil des créateurs des entreprises touristiques, pour mieux expliquer le rôle de l'entrepreneur dans le secteur touristique, pour ce faire, notre étude va porter sur une question centrale suivante :

**« Quels sont les profils des créateurs des entreprises touristiques en Algérie ? »**

#### **Les sous questions**

**SQ1** : comment peut-on définir l'entrepreneuriat et son acteur principal (entrepreneur) ?

**SQ2** : Quelles sont les principales contraintes à la création d'entreprise touristique en Algérie ?

**SQ3** : quels sont les caractéristiques d'un bon entrepreneur dans le secteur touristique ?

Pour répondre à nos questions, nous avons avancées les hypothèses suivantes :

**Hypothèse 1** : L'entrepreneuriat est un concept économique complexe qui ne se limite pas à la simple création d'entreprise.

**Hypothèse 2** : Les principales contraintes de la création d'entreprise en Algérie sont relatives à des lourdeurs administratives et un manque des sources de financement.

**Hypothèse 3** : l'entrepreneur doit être doté d'une capacité de jugement, et il doit diriger et organiser d'une part, prendre des risques, d'autre part

### **L'objectif de la recherche**

L'objectif de notre étude est de cerner le phénomène de la création des entreprises touristiques en essayant de comprendre les caractéristiques, des profils des créateurs des entreprises touristique en Algérie et plus précisément dans la willaya de tizi ousou des agences de voyage

### **Motivations du travail**

Les raisons du choix du thème:

- Il s'inscrit dans le cadre de notre formation master intitulé « le profil des créateurs des entreprises touristique », qui cerne l'ensemble des modules que nous avonssuivi.
- Il constitue un sujet d'actualité et il fait l'objet de nombreux articles dans la presse nationale et internationale.

### **Méthodologie de la recherche**

Pour répondre à la problématique posée, nous envisageons d'adopter la démarche suivante : D'une part, une approche théorique concernant l'activité entrepreneuriale, nous nous appuierons sur une étude documentaire basée sur la consultation des différents ouvrages traitants la question, travaux universitaires réalisés sur le sujet, revues et articles spécialisés, sites internet pour la compréhension des concepts relatifs à notre problématique. D'autre part, nous comptons sur une approche de terrain à travers : Une recherche documentaire et des enquêtes auprès des établissements touristiques (agence de voyage) de la willaya de tizi ousou

### **Le plan de la recherche**

Nous avons divisé notre travail en quatre chapitres, en essayant ainsi de répondre à notre question de départ .Le première chapitre sera consacré à présenter l'entrepreneuriat et l'entrepreneur, ce chapitre sera divisé en deux section, la première intitulé le cadre conceptuel et théorique de l'entrepreneuriat, la deuxième intitulé l'entrepreneur et ses caractéristiques

Le deuxième chapitre intitulé l'entreprenariat touristique en Algérie

La première section présentera les généralités sur le secteur touristique, la deuxième section sera consacrée sur le tourisme en Algérie, et dans la troisième section on présentera l'entrepreneuriat touristique en Algérie.

Le troisième chapitre s'articule autour de l'enquête, que nous mènerons auprès d'un échantillon des agences de voyage dans les wilayas du Tizi-Ouzou, les éléments essentiels de ce chapitre concerneront la présentation de la méthodologie à suivre dans l'accomplissement de l'enquête et l'analyse des principaux résultats obtenus de cette enquête.

# **CHAPITRE I**

**Entreprenariat, Entrepreneur,**

**Concept de base**

## **CHAPITRE I : Entreprenariat, Entrepreneur, Concept de base**

### **Introduction**

La dernière décennie est marquée par l'esprit d'entreprendre et le comportement entrepreneurial, lesquels affectent tous les pays dans tous les domaines de la vie économique et sociale. En effet, l'entreprenariat est considéré comme un déterminant majeur des performances économiques, notamment des progrès innovants, et son importance dans le dynamisme économique n'est plus à démontrer. De même, les pouvoirs publics admettent qu'il constitue un instrument efficace pour créer des emplois, augmenter la productivité et la compétitivité, mais aussi lutter contre la pauvreté.

Face aux défis de la mondialisation, l'entreprenariat est devenu le moyen par excellence pour assurer l'innovation et la compétitivité des économies. En effet, la capacité des entreprises nouvellement créées à générer de la richesse, des emplois et la croissance économique explique l'intérêt qu'elles suscitent.

Dans ce chapitre qui sera consacré à l'entreprenariat nous allons présenter dans un premier lieu (section 1) Le Concept relative à l'entreprenariat. Les approches théoriques de l'entreprenariat, Les forme de l'entreprenariat. Par ailleurs, dans la deuxième section, nous mettons en relief l'entrepreneur qui est acteur principale de l'entreprenariat.

### **Section1 : Le Concept relative à l'entrepreneuriat**

L'entrepreneuriat est un thème d'actualité, il se présente comme une discipline de construction, un porteur de richesse pour la nation, disons globalement de la valeur, et il est intimement lié à la culture, le système éducatif est évidemment concerné, ce dernier et en particulier le système universitaire joue un rôle primordial dans la création et la diffusion d'une culture entrepreneuriale.

#### **1.1. Définition de l'entrepreneuriat**

La compréhension du phénomène de l'entrepreneuriat ne peut se réaliser avec une simple synthèse des définitions élaborées par plusieurs concepteurs. Chaque auteur explique avec une manière différente le concept et la façon dont il approche ce phénomène.

Selon Gasse, l'entrepreneuriat s'entend comme « l'appropriation et la gestion des ressources humaines et matérielles, pour créer, développer et implanter des solutions permettant de répondre aux besoins des individus<sup>1</sup>»

Selon Julien et Marchesnay « l'entrepreneuriat constitue au premier chef la consécration directe de l'esprit d'entreprise, de la volonté d'entreprendre dans les affaires<sup>2</sup>»

Selon Verstraete T, « l'entrepreneuriat est un phénomène combinant un individu et une organisation. L'un se définit par rapport à l'autre et vice-versa. Ainsi, le terme entrepreneuriat, décrit une relation symbiotique entre un entrepreneur et une organisation : l'entrepreneur agit, structure, et engage son environnement à des fins socioéconomiques<sup>3</sup>»

#### **Selon L'école classique**

L'école classique s'intéresse particulièrement à la création d'une nouvelle organisation à l'innovation et à l'identification des opportunités elle note que la fonction essentielle de l'entrepreneur est l'innovation et l'introduction des nouvelles combinaisons des moyens de production.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup>Gasse Y, « entreprendre moderne : attribut et fonctions », revue internationale de gestion, vol 7, n°4,1883, P23

<sup>2</sup>Julien. P.A et Marchesnay. M ; « L'entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996, P11.

<sup>3</sup>Verstraete Thierry et Saporta Bertrand, « Création d'entreprise et entrepreneuriat », Ed. ADREG, France, 2006, p93

<sup>4</sup>L'intention entrepreneurial, thèse de doctorat en sciences de gestion, université de Rouen 2003

## **CHAPITRE I : Entreprenariat, Entrepreneur, Concept de base**

### **Selon L'école des caractéristiques psychologiques**

L'école des caractéristiques psychologiques met l'accent sur les facteurs personnels et les valeurs uniques des entrepreneurs , Fayolle résumé cette école de pensée en indiquant que l'entrepreneur a des caractéristiques psychologiques unique( valeurs, attitudes, besoins ) qui le guident dans le processus entrepreneurial, parmi celle-ci nous notons principalement le besoin de réalisation d'indépendance ,le contrôle interne, la prise de risques, en même temps que des valeurs d'honnête de sens du devoir, de responsabilité et d'éthique l'imagination, la confiance en soi l'enthousiasme le goût par la direction et la résolution de problèmes.<sup>5</sup>

### **Selon l'école de management**

Les entrepreneurs sont des organisateurs de processus de création des richesses économiques. Ce sont des personnes qui organisent, gèrent et qui assument le risque. Broyat dit que l'entrepreneur est quelqu'un qui perçoit des opportunités et qui crée une organisation pour exploiter <sup>6</sup>

### **Selon L'école du leadership**

L'entrepreneur est un leader qui sait animer des équipes et conduire les hommes vers l'atteinte des buts et objectifs assignés. Il a une capacité à adapter son style aux besoins des gens. L'entrepreneur joue un rôle dans la motivation, la direction et la conduite de son personnel. Les résultats de la recherche montrent que l'entrepreneur apparaît comme un individu doté des caractéristiques psychologiques uniques ayant même une capacité intuitive à entreprendre il apparait à d'autre plutôt comme un manager capable d'innover de leadership. A d'autre encore, il apparait comme preneur de risque détecteur d'opportunités capable d'évoluer dans des situations et de contextes différents liés à des entreprises existantes ou en voie de création

---

<sup>5</sup>Fayolle A, « Processus entrepreneurial et recherche en entrepreneuriat : les apports d'une approche perceptuelle et empirique du domaine » AIREPME, CIFPME, 5ème congrès international francophone sur la PME, 25, 26 et 27 octobre 2000, Lille p : 9

<sup>6</sup>Bruyat C, « Contributions épistémologiques au domaine de l'entrepreneuriat », Revue française de gestion, n° 101, 1994, p : 90

## CHAPITRE I : Entreprenariat, Entrepreneur, Concept de base

**Tableau : Synthèse des écoles entrepreneuriales**

Modèle entrepreneuriale	Finalité	Présuppositions	Comportements et habiletés	Contexte d'application
Ecole classique	La principale caractéristique du comportement entrepreneurial est l'innovation	Le cœur de l'entrepreneuriat réside dans le fait d'agir et non seulement celui de posséder	Innovation, créativité et découverte.	Démarrage et croissance
Selon L'école des caractéristiques psychologiques	Les entrepreneurs ont des valeurs, des attitudes et des besoins qui les motivent	Les personnes agissent en accord avec leurs valeurs. Le comportement résulte de la volonté de combler ses besoins	Valeurs personnelles, prise de risque, besoin d'accomplissement , etc.	Démarrage
Selon l'école de management	Les entrepreneurs sont les gestionnaires, ils organisent, possèdent, gèrent et prennent des risques.	Les entrepreneurs peuvent être formés avec les techniques de gestion.	Motiver, diriger et leader	Croissance et maturité
Ecole de leadership	Les habiletés entrepreneurial es peuvent être utiles dans une organisation	Les organisations ont besoin de s'adapter pour survivre, les activités entrepreneuriales mènent à la création organisationnelle	Vigilance aux opportunités	Maturité et changement

**Source :** Tremblay M, « Identification collective d'opportunités entrepreneuriales : Une étude exploratoire », Thèse de doctorat, Université du Québec à Trois-Rivières, Québec, Novembre 2010, p : 31.

### **1.2. Les conceptions de l'entrepreneuriat**

L'entrepreneuriat est un processus de découverte d'évaluation et d'exploitation des opportunités et un phénomène consistant à créer une nouvelle organisation. De même, il permet de créer la valeur, l'entrepreneur est une condition nécessaire pour l'apparition du résultat, et même, ce dernier est une condition importante pour que l'entrepreneur existe. L'innovation constitue un moteur pour la fonction de l'entreprise et celle de l'entrepreneur

#### **1.2.1. L'entrepreneuriat comme un processus d'émergence organisationnelle**

La conception de Gartner (1995) repose sur l'idée que l'entrepreneuriat est un phénomène consistant à créer une nouvelle organisation. Il porte principalement sa réflexion sur le concept d'émergence organisationnelle. Ce concept s'applique à un phénomène découlant de l'interaction de différents stimuli tels que l'expérience, les images ou les idées, prenant sens dans une combinaison nouvelle.

Pour Verstraete (1999), l'entrepreneuriat est vu comme un système complexe et un type spécifique d'organisation qui est inspiré par un entrepreneur. Ce dernier agit pour concrétiser au sein de la structure sa vision de cette organisation. Il est donc indispensable pour lui d'étudier les activités permettant à un individu de créer une nouvelle entité.<sup>7</sup>

#### **1.2.2. L'entrepreneuriat comme processus de création de valeur**

La création de valeur a été identifiée comme un thème situé au cœur de l'entrepreneuriat. Pour Bruyat inspiré des travaux de Gartner (1993), l'objet étudié dans le champ de l'entrepreneuriat est le rapport individu-créateur de valeur. L'entrepreneur est une condition nécessaire pour l'apparition du résultat, et même, le résultat est une condition nécessaire pour que l'entrepreneur existe. La création de valeurs constitue la préoccupation primordiale pour l'entrepreneur. En effet, ce dernier assume les risques majeurs en vue de créer de la valeur quel que soit la nature du bien ou du service produit par l'entreprise.

---

<sup>7</sup>Verstraete Thierry et Saporta Bertrand, « Création d'entreprise et entrepreneuriat », Ed. ADREG, France, 2006, p94

## **CHAPITRE I : Entreprenariat, Entrepreneur, Concept de base**

### **1.2.3. L'entrepreneuriat comme processus d'innovation**

Schumpeter (1911) avait montré dans sa théorie de la dynamique ou de l'évolution, que l'innovation est très importante et constitue la fonction de l'entreprise et celle de l'entrepreneur. Il stipule aussi que l'évolution économique est fondée sur l'entrepreneur et l'innovation, et sans oublier le moteur de cette évolution qui est l'exécution de nouvelles combinaisons. L'entrepreneur est considéré comme le vecteur du développement économique (le célèbre processus de destruction créatrice), alors que l'innovation sera la clé de la stratégie de croissance des entreprises.

### **1.3. Les approches théoriques de l'entrepreneuriat**

La littérature entrepreneuriale permet de distinguer trois principales approches : descriptive, comportementale et processuelle. L'approche trait (ou approche descriptive) répond à la question « qui est l'entrepreneur ? », l'approche comportementale (ou approche par les faits) répond à la question « que fait l'entrepreneur ? » Et la troisième approche processuelle (approche cognitive) répond à la question « comment ? »

#### **1.3.1. L'approche Trait**

L'approche trait à l'entrepreneuriat a été menée par plusieurs théoriciens dans le but de distinguer les entrepreneurs des non entrepreneurs et de déterminer une liste des traits de caractères spécifiques à l'entrepreneur. Cependant, il n'existe pas un accord concernant le nombre des traits ou de leurs validités.

De (2007) a souligné des caractéristiques personnelles des entrepreneurs qui ont souvent été liés à des intentions entrepreneuriales et à la réussite entrepreneuriale telles que<sup>8</sup> :

- Le besoin d'accomplissement : désigne que les individus doivent travailler dur pour atteindre le succès.
- Le locus de contrôle : c'est l'un des aspects du monde cognitif qui représente l'extension à laquelle les individus se prennent en charge.
- La prise de risque : elle décrit le monde cognitif individuel par rapport à la prise des risques.

---

<sup>8</sup>Dej. D, « motivation to become entrepreneur: in M. Leon & M. Gorgievski, psychology of entrepreneurship research and education», Ed Spain, 2007, P 57-64.

## **CHAPITRE I : Entreprenariat, Entrepreneur, Concept de base**

- La tolérance de l'ambiguïté : qui décrit la capacité de l'individu à prendre des décisions avec des informations incomplètes.

La créativité : qui décrit la tendance à l'expérimentation, les essais et les erreurs et enfin la pensée latérale.

### **1.3.2. L'approche cognitive**

Les chercheurs sont convaincus que les modèles cognitifs fournissent une puissance prédictive estimée comme plus forte que l'approche de trait dans la recherche sur l'entreprenariat. Ainsi, les chercheurs sur les processus cognitifs des entrepreneurs tentent de mieux comprendre le « comment les entrepreneurs pensent ? » et étudient comment les entrepreneurs gèrent l'information. Dans ce contexte Baron. R prouve que certains individus possèdent des structures cognitives adéquates à la détection des opportunités d'affaires potentielles. Cependant, la sensibilité d'un entrepreneur à saisir l'opportunité d'affaire peut varier dans le temps et pour une situation donnée. Ils existent plusieurs questions qui visent à animer l'approche cognitive, dont la principale est « pourquoi certaines personnes deviennent des entrepreneurs tandis que d'autres autant ou plus talentueux ne le sont pas ? ».

L'approche cognitive est tenue comme l'une des nouvelles approches du champ qui met l'accent sur la personne et non pas la personnalité. Alors, l'approche cognitive met l'accent sur la perception entrepreneuriale de l'individu alors que l'approche trait se concentre plus sur la personnalité de l'entrepreneur.

### **1.4. Les formes de l'entreprenariat**

Le concept de l'entreprenariat évolue de jour en jour, et de plus en plus, nous assistons à l'émergence de diverses formes de l'entreprenariat, la création pure d'entreprise, développement et croissance d'entreprise, l'essaimage, reprendre une entreprise, l'entreprenariat

#### **1.4.1 Création pure d'entreprise**

La création d'entreprise ex-nihilo est une forme qui ne repose sur aucune structure préexistante. Elle se base sur une idée innovante et renvoie à une indépendance juridique de la nouvelle entreprise créée par un individu seul ou avec quelques associés. Elle constitue

## CHAPITRE I : Entreprenariat, Entrepreneur, Concept de base

la forme la plus pure d'entrepreneuriat qui exige beaucoup de travail, de rigueur et de ténacité pour que les risques soient bien évalués.

### 1.4.2 Reprise d'entreprise

Reprendre une entreprise signifie qu'une personne (ou un groupe de personnes) physique ou une société fasse l'acquisition de la totalité ou d'une partie des actifs et des branches d'activités d'une entreprise tierce. Le repreneur s'engage à assurer l'amortissement du passif et la sauvegarde d'une partie ou de tous les emplois.

### 1.4.3 Développement et croissance d'une entreprise

**Tableau N°01 : les formes de l'entrepreneuriat**

Formes entrepreneuriales	Définition	Source
Création pure entreprise	Une création pure si l'activité exercée ne constitue pas la poursuite d'une activité de même type exercée antérieurement au même endroit par une autre entreprise	Count et mulic (2004)
Reprise d'entreprise	Achat ; donation ou héritage d'une entreprise déjà existante	Count (2004)
Développer croissance d'entreprise	Nouveaux débouchés commerciaux (produit, service, procédés) ou mise en application de meilleur moyen de répondre à la demande du moment	OCDE(1998)

Source : Julien, P.A et Cadieux, L, Op Cit, P29

La croissance de l'entreprise est le développement quantitatif durable c'est-à-dire, la modification de la taille de l'entreprise et le plus souvent du statut juridique de l'entreprise

### **1.5. L'importance de l'entrepreneuriat**

L'entrepreneuriat est l'un des facteurs les plus importants pour une économie en plein croissance, car l'importance qu'occupe l'entrepreneuriat dans les recherches et les politiques économiques revient essentiellement aux intérêts qu'il apporte à l'économie et à la société :<sup>9</sup>

#### **1.5.1 Entrepreneuriat et croissance économique**

L'activité entrepreneuriale n'a pas peut être un effet direct sur la croissance économique mais l'accélère, grâce à la présence d'une population nombreuse d'individus entreprenants et ce résultat était prouvé par une étude de GEM : qui a proposé un modèle comparant entre différents pays sur diverses dimensions sociales et culturelles. Ce programme a montré que dans les pays à activité entrepreneuriale élevée, la proportion du PIB qui provient des projets entrepreneuriaux progresse chaque année

#### **1.5.2 Entrepreneuriat et création d'emploi**

La création d'entreprise est considérée comme un des remèdes au chômage et la lutte contre la pauvreté, pour un grand nombre de créateurs, l'installation d'une entreprise représente avant tout la possibilité de sauver ou de créer son propre emploi, et d'avoir une stable situation. En effet l'entrepreneuriat constitue un moteur de création d'emploi.

#### **1.5.3 Entrepreneuriat et renouvellement du parc d'entreprise**

L'entrepreneuriat permet de renouveler et reconstruire le tissu économique par la création des entreprises ex-nihilo ou par la reprise des entreprises et même par réactivation et le redémarrage d'entreprise ce qui permet de constituer un contre poids et une compensation aux disparitions et l'échec d'autres entreprises existantes.

### **1.6 Les différentes typologies d'entrepreneuriat**

#### **a. Typologie selon Lorrain et Dussault**

Selon Lorrain et Dussault « l'entrepreneur artisan » caractérisé par une compétence technique et un faible niveau de formation, caractérise par une forte volonté l'autonomie et

---

<sup>9</sup>Verstraete T, Op. Cit, 2006, P 22

## CHAPITRE I : Entreprenariat, Entrepreneur, Concept de base

l'indépendance, une forte liaison au milieu familial .Et « l'entrepreneur opportuniste » est mieux formé, ayant un niveau de formation élevés à des expériences dans le domaine de gestion.

### b. Typologie selon Boutillier

Boutillier distingue les deux profils « entrepreneur » et « manager » :

**Entrepreneur** : Propriétaire, organisateur, gestionnaire, de l'entreprise et crée des emplois et des richesses

**Manager** : Salarié, gestionnaire, organisateur, ne supporte pas des risques.

### c. Typologie selon Mar Chesnay

Pour Mar Chesnay(1996) a distingué deux types d'entrepreneurs en se basant sur les trois inspirations suivantes<sup>10</sup> :

**La pérennité de son entreprise** : C'est -à-dire le souci de durée, notamment l'entreprise.

Dans l'espoir de transmettre à un repreneur ou un membre de la famille ou de l'entreprise.

**L'indépendance** : Chaque entrepreneur souhaite être indépendant en termes de propriété de capital ou autonome en termes de prise de décision, ce sont les deux formes distinctes de la volonté d'indépendance.

**La croissance** : C'est la volonté de puissance et le désir de pouvoir.

Les deux types étaient qualifiés par PIC (pérennité, indépendance, croissance) et CAP(croissance, autonomie, pérennité).

Pour le PIC ayant comme priorité la pérennité de son activité, il cherche l'indépendance refusant des associés, c'est-à-dire des emprunts extérieurs à long terme en cherchant vers la fin la croissance de son activité sans qu'elle mette en risque sa pérennité et son indépendance patrimoniale. Le PIC est appliqué beaucoup plus par les entreprises familiales. En priorité l'entrepreneur CAP vise la croissance forte ou un degré de risque est présent il cherche l'autonomie de décision, peu intéressé par la pérennité de son activité.

---

<sup>10</sup>Marchesney M, « L'entrepreneuriat », op-cit, p : 58

### d. Typologie selon D.UZUNIDIS

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

Tandis que l'entrepreneur révolutionnaire se caractérise par la nouveauté et le changement, diplômé et quantifié, son capital connaissance est élevée, par contre le côté financier est moindre. Il cherche constamment à offrir au marché des produits et services nouveaux et il est souvent mieux informé sur la technologie ou/ et même sur les aides institutionnelles existante.

### La typologie selon Miles et Snow :

Miles et Snow analysent les typologies d'entrepreneurs en se focalisant sur le facteur innovation, car ils considèrent qu'il existe une forte corrélation entre l'entrepreneuriat et l'innovation. A cet effet, ils distinguent quatre types d'entrepreneurs, présentés ci-après. <sup>11</sup>

#### a. L'entrepreneur prospecteur :

Considéré comme innovateur, il recherche en permanence des innovations de produits ou de procédés, même s'il n'est pas sûr de leur rentabilité. Il crée souvent son entreprise pour la revendre une fois qu'elle enregistre des résultats positifs. Ceci est le cas fréquent du secteur de la haute technologie.

**b. L'entrepreneur innovateur :** Ce type d'entrepreneur développe une importante activité de veille technologique et concurrentielle, aussi il consacre un budget conséquent aux activités de Recherche & Développement.

**c. L'entrepreneur suiveur :** Imitant systématiquement, de façon proactive, les innovations qui apparaissent sur le marché. La stratégie de cet entrepreneur peut s'avérer très rentable. En effet, si l'entrepreneur innovateur ouvre des pistes nouvelles en supportant les coûts importants d'innovation, l'entrepreneur suiveur s'intéresse à l'amélioration des produits

---

<sup>11</sup> Miles et Snow, « Organizational Strategy Structure and Process », McGraw Hill, London, 1978

## **CHAPITRE I : Entreprenariat, Entrepreneur, Concept de base**

lancés sur le marché. Cette démarche est d'autant plus payante que l'innovation est difficile à protéger.

**d. L'entrepreneur réacteur** : La stratégie mise en œuvre par ce type d'entrepreneur est réactive. Elle est applicable dans les secteurs stables, lorsque la fidélité à l'entreprise est plus importante que la fidélité aux produits innovants.

### **1.7 Les Étapes de la création d'entreprise**

Il existe quatre étapes de la création d'entreprise :

- Evaluations de l'opportunité de création d'entreprise
- Conception et formulation du projet de la création
- Montage juridique et financement du projet
- Le lancement des activités.

#### **1.7.1 Evaluations de l'opportunité de création d'entreprise**

Pour bien évaluer une opportunité de création d'entreprise il faut :

- Avoir un minimum de créativité pour identifier, à partir d'une idée initiale, une bonne opportunité de création ;
- Maîtriser quelques concepts et outils marketing pour réussir le passage d'une bonne idée à un produit ou un service intégré dans une offre gagnante, c'est -à-dire susceptible de conduire à la rentabilité de la future activité ;
- Savoir sélectionner les opportunités qui sauront résister à l'usure du temps et à la compétition. De telles opportunités permettent de disposer d'avantages concurrentiels durables.

#### **1.7.2 Conception et formulation du projet de la création**

Après avoir identifié l'opportunité et défini les grandes lignes du projet, il faut tout mettre en œuvre pour faire de l'opportunité une activité économiquement rentable. À ce stade, différentes études doivent être conduites : l'étude de marché, l'étude industrielle, l'étude financière et l'étude juridique. Toutes ces études permettant de répondre aux nombreuses questions qui se posent et d'apporter de la matière à l'élaboration de l'offre, de la stratégie et du

## **CHAPITRE I : Entreprenariat, Entrepreneur, Concept de base**

plan d'affaires ou business plan. Ces études permettant également de positionner le projet, de le dimensionner et de formaliser une stratégie pertinente.

### **1.7.3 Montage juridique et financement du projet :**

Le montage juridique est important. Le choix d'une structure juridique a des conséquences fiscales et sociales sur le créateur et sa famille. Il est souhaitable de décider en parfaite connaissance des tentas et des aboutissants. D'autre part, la sélection de statut juridique de l'entreprise doit être faite en fonction de contexte stratégique, financière et humaine. Mais le montage juridique ne se limite pas au seul choix d'une structure juridique. Il est nécessaire aussi de sécuriser, autant que possible, les relations avec les tiers : salariés, investisseurs, partenaires, fournisseurs et sous-traitants. Enfin, dans le cas de la création d'entreprise innovante, il faut maîtriser les techniques de protection et de valorisation- négociation de l'innovation et des savoirs- faire immatériels. Le financement du projet peut prendre plus ou moins de temps en fonction de l'importance des besoins et de la complexité du dossier. Le business plan permet d'engager le dialogue avec les banquiers et les investisseurs. A ce stade, le créateur doit parfaitement maîtriser son projet et être capable de répondre à toutes les questions posées par les partenaires financiers éventuels.

### **1.7.4 Le lancement des activités :**

Le lancement des activités démarre avec la mise en ordre de marché de l'entreprise. Pour cela, il est indispensable que tous les engagements pris par le créateur et ses partenaires soient concrétisés. Sur le plan légal, le dossier de constitution de l'entreprise a été déposé au centre de formalités des entreprises. Au niveau financier, les comptes courants bancaires sont ouverts et les ressources financières utiles au démarrage (apports en capital, prêts bancaires..) sont disponibles.

A partir de là, les activités, commerciales, industrielles et logistiques peuvent démarrer. Il faut s'efforcer d'obtenir sans délai, si cela n'est pas déjà fait, les premières commandes et commencer la production.

## **CHAPITRE I : Entreprenariat, Entrepreneur, Concept de base**

### **1.8. Les déterminants et les facteurs déclenchant l'esprit d'entreprise**

#### **1.8.1 Les déterminants de la création de l'entreprise**

##### **1.8.1.1 Caractéristiques individuelles**

Des nombreux travaux empiriques ont étudié dans quelle mesure le processus de création pouvait être lié à des caractéristiques individuelles spécifiques. Ces travaux s'appuient sur l'hypothèse que certains individus spécifiques. Ces travaux s'appuient sur l'hypothèse que certains individus ont une probabilité plus élevée de créer une entreprise en raison de leur profil spécifique comme leur capacité à entreprendre, leur désir d'Indépendance, l'environnement familial ou encore l'âge et le genre

Schumpeter avance, notamment, que les caractéristiques individuelles des "créateurs- entrepreneurs" déterminent pour une large part l'organisation interne de la firme, la définition de sa position commerciale et la stratégie par rapport aux concurrents. Même si le profil type du créateur d'entreprise est difficile à cerner, il existe néanmoins des variables ou facteur qui, liés aux qualités entrepreneuriales, pourraient aider à en circonscrire les principales caractéristiques. C'est notamment le cas de l'origine du créateur et du capital humain dont le niveau de diplôme, de formation et de spécialisation, l'expérience et les motivations d'un nouveau créateurs. A cet égard, le désir et le goût d'entreprendre de même que la volonté de saisir une opportunité par le créateur correspond en taux motivations les plus favorables au développement de l'entreprise. De plus, la création dépend également du goût pour le risque de l'individu.

##### **A- L'influence du milieu**

L'influence du milieu sur la création d'entreprise peut être décomposée en quatre facteurs principaux:

La demande du marché et son accessibilité, les économies d'agglomération et de localisation, l'environnement et le contexte socio-économique ainsi que le marché du travail.

##### **B- La demande de marché et son accessibilité**

Les entreprises se localisent le plus près possible de la demande afin de minimiser les coûts de transport. La dotation en infrastructures de transport affecte significativement

## CHAPITRE I : Entreprenariat, Entrepreneur, Concept de base

la localisation de l'activité économique. La demande locale exerce un impact positif sur la naissance d'entreprises dans la plupart des secteurs, est surtout dans le secteur de service que la création d'entreprise est fortement influencée par la proximité du marché de base.

### C- Le marché du travail

La force de travail est un déterminant potentiel important de la localisation des entreprises, en particulier la disponibilité des travailleurs qualifiés et expérimentés. Le marché du travail peut également correspondre à un indicateur représentatif de l'existence d'un bassin d'entrepreneurs potentiels susceptibles de créer leur propre entreprise.

GORG et AL, dans une analyse des déterminant de la taille des entreprises créés en Ireland, constatent que les individus se lançant dans la création suite à un licenciement ou à une situation, plus au moins longue, de chômage, sont moins préparé à diriger une entreprise. Ils remarquent également que ce public se lance dans une activité qui lui est familière même si la concurrence y est forte. En d'autres termes, ils ne prennent pas en compte ou n'ont pas les moyens d'élaboré une stratégie claire.

### 1.8.2 La situation sur le marché de l'emploi

L'impact de chômage sur la création d'entreprise est une question centrale dans la littérature empirique sur l'entreprenariat. Un individu sera-t-il poussé ou au contraire freiné par la situation sur le marché de travail ?

Il y a de fait un débat entre les défenseurs de la théorie de « *l'effet push* » ou « *NECESSITY EFFECT* » qui prétendent, notamment, que le manque l'opportunité d'emploi constitue un catalyseur favorable à la formation de nouvelle entreprises en encouragent les chômeurs à monter leur propre affaire.

### 1.8.3 Importance du niveau de qualification

Les travaux théoriques sur les déterminants à l'entreprenariat ont souligné le rôle potentiel de l'éducation sur la décision des individus à devenir créateurs.

Ils soulignent que l'éducation peut influencer le processus de décision à travers de plusieurs canaux. Ainsi, un niveau d'éducation plus élevé accroît rait les capacités managériales d'un individu et par conséquence renforcerait la probabilité de devenir indépendant. Par contre un niveau d'éducation plus élevé offre également un accès plus facile à des fonctions associées à des salaires plus élevé, ce qui aurait comme effet de diminuer la probabilité de créer son entreprise.

### 1.8.4 Les déterminants environnementaux

La propension à créer son entreprise et non seulement influencée par des facteurs personnels et les opportunités de marché mais également par l'environnement économique, social, culturel et institutionnel dans lequel s'inscrit le processus de création. De même la capacité de réussite des créateurs de l'entreprise dépend de l'environnement dans lequel ils envisagent de se développer. Notamment, Wagner a mis en évidence le rôle important joué par l'environnement industriel dans le taux d'activité entrepreneurial en Allemagne.

De même pour, SHUTJENS et WEVER et TAMASY non seulement le taux de création mais également le succès des entreprises créées dépendent de l'environnement géographique et de la structure industrielle qui sont des facteurs externes à l'entreprise. L'existence d'un climat industriel favorable est source d'effet de débordement qui rend l'acquisition des ressources nécessaires aux nouvelles firmes plus aisée, que ce soit en termes de clientèle, de fournisseurs ou d'espace disponible.

A partir de l'analyse de plusieurs cohortes de création de l'entreprise aux ETATS UNIS Boden et NUSSI constatent que les conditions sur le marché des biens et du travail influent sur la création d'entreprise et la viabilité des entreprises créées.

Les environnements socio-économiques, institutionnels et culturels constituent des facteurs importants expliquant les différences observées entre pays en matière de dynamique entrepreneurial. La croissance économique, la dimension du marché, la stabilité économique, l'environnement fiscal sont autant de facteurs qui peuvent jouer un rôle facilitateur ou de frein à l'activité entrepreneurial et qui conditionnent la capacité d'un pays ou d'une région à saisir les opportunités entrepreneuriales. Les études récentes ont mis en évidence que les différences entre pays de taux d'activité entrepreneurial expliquent notamment en fonction de niveau de développement économique.

Il en est de même des composantes culturelles, des facteurs sociaux et du contexte institutionnel. A cet égard, le caractère post matérialiste des économies avancées, le système de protection sociale et les modalités de fonctionnement du marché de travail.

Les normes sociales, les interactions et les réseaux sociaux, le degré de satisfaction par rapport à la vie et la société, la fiscalité les contraintes administratives et réglementaires, apparaissent comme autant d'éléments influençant significativement l'esprit d'entreprise et la propension à la création de l'entreprise.

### 1.8.3 Les facteurs déclenchant l'esprit d'entreprise

Il y a un ensemble des facteurs qui poussent l'individu à se lancer dans la création d'entreprise, ces facteurs peuvent être regroupés autour de deux axes principaux à savoir : les acteurs familiaux et Environnementaux d'un côté et les facteurs personnels et professionnelles de l'autre<sup>12</sup>.

#### a) L'environnement familial de l'enfance

Le fait de vivre, dans un environnement d'entrepreneurs (membre de la famille), marque l'individu et influence ces décisions d'adulte. Le fait d'avoir pour père un travailleur indépendant marque fortement l'entrepreneur. Les parents jouent un rôle de soutien et favorisent l'Indépendance, l'épanouissement et la responsabilité des enfants.

Vouloirs'ensortird'un situationdepauvretépourd'autreslesincitésàcréerleurpropre entreprise.

Au stade de la création de la petite entreprise, la mobilisation première s'effectue souvent par le biais de stratégie de gestion patrimoniale.

Ces stratégies s'inscrivent dans les relations de solidarité familiale est à la base de la création des nombreuses entreprises et leur développement.

Ainsi, la famille est le lieu de l'exercice d'une solidarité qui fournit aux entrepreneurs les sources de financement initial et aussi les capacités de gestion et des qualifications techniques, qui bien que souvent modestes, sont polyvalentes et donc immédiatement utilisables.

#### b) La volonté d'autonomie et l'attitude envers l'indépendance

L'entrepreneur est le genre d'individu qui a besoin d'agir à son heure et à sa façon , il lui est impossible de travailler pour quelqu'un d'autre. Trois caractéristiques déterminent cette attitude:

- La responsabilité individuelle qu'il assume dans la résolution des problèmes;
- La fixation de la réalisation des objectifs par son propre travail;
- La prise de risque peuvent être financier, sociaux, psychologiques ceux -ci font partie du processus "d'indépendance" et de la détermination de l'individu.

---

<sup>12</sup>SOUIDI, (R) : *création d'entreprise et dynamique territoriale le cas de BOGHNI*, en vue de l'obtention de

## **CHAPITRE I : Entreprenariat, Entrepreneur, Concept de base**

### **c) L'âge et l'expérience professionnelle**

Il faut à l'entrepreneur de l'expérience, une assise financière et beaucoup d'énergie pour lancer et gérer avec succès une entreprise nouvelle.

Les activités professionnelles antérieures ne se résument pas à une rupture négative, elles jouent un rôle important dans la croissance de la réussite de l'entreprise. La connaissance d'une technique et d'un secteur d'activité joue un rôle important une fois la décision prise.

### **d) L'entrepreneur fruit d'une société, d'une culture**

Le processus d'entreprendre se nourrit des efforts de l'individu et de son groupe, en vue d'atteindre des objectifs divers, parmi lesquels le profit économique et la promotion social.

Un objectif communautaire ou familial dans un cadre de création d'emploi pour les proches ou de contribuer au développement de territoire.

L'entrepreneur n'est pas isolé, il est formé et modelé par son milieu familial et il dépend de l'éducation qu'on lui a inculquée. L'entrepreneur n'est qu'un produit social, il tire sa force et ses faiblesses de sa culture, mais de son côté il influence sur son milieu.

### Section 2 :l'entrepreneur principale acteur de l'entrepreneuriat

L'entrepreneur est un acteur indispensable dans le développement socio-économique qui contribue à l'innovation et la mise en œuvre de nouvelles stratégies, il est considéré comme un individu ayant des qualités distinctes.

#### 2.1.Définition de l'entrepreneur et ses caractéristiques

Il existe plusieurs définitions du concept d'entrepreneur que nous allons exposer dans ce qui suit.

##### 2.1.1. Définition de l'entrepreneur

L'entrepreneur est désormais vu comme le produit de son milieu économique et culturel qui cherche à créer une organisation pour son compte pour ses fins socio-économiques, en accomplissant les fonctions suivantes : prendre de risque, de décision, innover, identifier les opportunités d'affaires, employer des facteurs de production.

Cantillon R. Est le premier à définir en 1755 l'entrepreneur et à intégrer la notion d'incertitude et de risque dans le processus entrepreneurial. Pour lui l'entrepreneur est celui qui assume le risque de l'incertain peu importe le secteur. Il s'engage de façon ferme vis-à-vis d'un tiers en faisant l'acquisition des moyens nécessaires à un prix certain sans garantie de ce qu'il peut attendre. C'est donc quelqu'un qui sait saisir une opportunité en vue de réaliser un profit, mais qui doit en assumer les risques.<sup>13</sup>

Schumpeter, J(1928) dit que l'entrepreneur peut être à la fois savant et ouvrier. Aussi, la recherche de profit n'est pas la motivation principale la joie de gagner et créer est pleinement satisfaisant que la recherche de profit. Pour lui l'entrepreneur est celui qui innove et prend des risques en même temps.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup>Cantillon R, « Essai sur la nature du commerce en général », Ed. I.N.E.D, Paris, décembre 2011, P19.

<sup>14</sup>Schumpeter J.A, « théorie de l'évolution économique », Ed Dolloz, Paris, 1938, P84.

## CHAPITRE I : Entreprenariat, Entrepreneur, Concept de base

Tableau N°2 : Définition d'entrepreneur selon les écoles de pensée

Appellation des écoles	Définitions de l'entrepreneur	Auteur de référence
L'école économique	Un entrepreneur est spécialisé dans la prise intuitive de décisions réfléchies relatives à la coordination de ressources rares.	Casson (1991)
L'école comportementale	Un entrepreneur se définit par l'ensemble des activités qu'il met en place pour créer une organisation.	Gartner (1988)
l'école psychologique avec les courants personnaliste et cognitif	Un entrepreneur se définit par un certain nombre d'attributs psychologiques que l'on décrit autant par la personnalité, que par le processus cognitifs activés pour la circonstance.	Shaver et Scott (1991)
L'école de processus	Un entrepreneur est celui qui développe des opportunités et crée une organisation pour les exploiter.	Bygrave et Hofer (1991)

Source : Cécile Fonrouge, entrepreneur/manager : deux acteurs d'une même pièce, p7

### 2.2 Les caractéristiques de l'entrepreneur

#### A- L'entrepreneur comme initiateur

L'entrepreneur est l'acteur de processus entrepreneurial plusieurs auteurs comme Sophie Boutillier et D. Uzunidis ont étudiés les caractéristiques de ce dernier, Les premières recherches dans le domaine d'entreprenariat ont porté sur l'entrepreneur comme initiateur, acteur du

## **CHAPITRE I : Entreprenariat, Entrepreneur, Concept de base**

processus, ayant une intention et une volonté pour s'introduire dans les domaines des affaires, ces études portaient sur les caractéristiques psychologiques

### **B- Un besoin d'accomplissement**

Nous Citons les travaux de ME CLELLAND qui étaient basés sur les critères du besoin d'accomplissement, pour lui ce dernier est l'un des éléments indissociables des caractéristiques de l'entrepreneur, L'entrepreneur préfère être le responsable des solutions de ces problèmes, au lieu de subir des commandes (être un simple salarié) d'établir ses propres objectifs et les faire réaliser par lui-même contrôler « être son propre patron ».

### **C- Entrepreneur Innovateur**

J Schumpeter souligne que les individus capables d'innover méritent seuls l'application d'entrepreneur : ils ont dotés d'intégration et font preuve d'initiative et de volonté, ils assurent le passage entre le monde scientifique de la découverte et des inventions et le monde économique des innovations. C'est-à-dire que l'entrepreneur profite des connaissances des savants inventions pour créer des produits utiles en innovant.

### **D- Un preneur de risque**

Le fait de Créer une entreprise ou commercialiser une innovation présente un risque supérieur Plusieurs études ont montré que le plus souvent, le jeune entrepreneur connaît mal ses coûts et les potentialités du marché.

Les spécialistes s'accordent pour considérer la prise de risques comme étant une caractéristique qui différencie les entrepreneurs des autres individus. Lors de création de son entreprise, l'entrepreneur va assumer des risques des différentes natures.

### **E. Risque d'ordre familial**

L'action de Créer une entreprise c'est consacrer plus de temps à son travail et moins à sa famille, en cas d'échec apparition des difficultés familiales. L'entrepreneur supporte les risques liés aux contraintes du marché et aux fluctuations des prix, il effectue des achats à des prix certains pour fournir tous les facteurs nécessaires à sa production, ses ventes et ses recettes sont par contre aléatoires, son revenu, le profit, est incertain, Face à toutes ces difficultés, le créateur est un individu qui cherche à minimiser ses risques. Alors les entrepreneurs sont

## CHAPITRE I : Entreprenariat, Entrepreneur, Concept de base

considérés comme : « risque tankers ». Selon cette perception, le risque est expliqué en raison de trois points :

### ➤ **une caractéristique personnelle de l'individu**

Parce qu'ils se croient capables de diriger et d'influencer les autres et en même temps, le besoin d'une certaine autonomie.

### ➤ **Par l'influence du milieu familial et professionnelle**

<sup>15</sup>Selon Weber l'entrepreneur est un aventurier, un sentiment d'écoute des conditions familiales et expérience professionnelle.

### ➤ **Le vécu par l'individu**

Plusieurs auteurs considèrent les entrepreneurs des insatisfaits. C'est-à-dire de individus qui acceptent de prendre le risque à cause d'un besoin matériel (insatisfaction du Matériel) ou bien d'un besoin d'accomplissement (insatisfaction liée à un état psychologique (Pyramide de MASLOW)). Plusieurs chercheurs ont essayé d'identifier les caractéristiques qui différencient les entrepreneurs des autres individus, ils ont cherché à déterminer d'une manière exclusive les caractéristiques du modèle type d'entrepreneur.

## 2.3 Les typologies de l'entrepreneur

Dans la littérature en entrepreneuriat, différents auteurs présentent une typologie des entrepreneurs selon leurs objectifs, leurs motivations et leurs caractéristiques. Smith (1967) est l'un des premiers à présenter une typologie d'entrepreneur, elle comprend deux types d'entrepreneurs :

➤ L'entrepreneur artisan a un niveau d'éducation limité et peu d'expérience mais une forte compétence technique. Le travail constitue le centre d'intérêt de cet entrepreneur.

---

<sup>15</sup>Pyramide de MASLOW).

## CHAPITRE I : Entreprenariat, Entrepreneur, Concept de base

➤ L'entrepreneur opportuniste a un niveau d'éducation plus élevé et ses expériences de travail sont diversifiées et nombreuses. Il ne refuse aucunement la croissance et ne craint pas la perte du contrôle de son entreprise.

Jacqueline Laufer (1975), a établi une typologie d'entrepreneurs au sein de laquelle quatre catégories sont identifiées :

➤ L'entrepreneur manager ou innovateur : Ce type d'entrepreneur est motivé par les besoins de créateur, de réalisation et de pouvoir. Ses buts s'articulent prioritairement autour de la croissance et de l'innovation.

➤ L'entrepreneur propriétaire orienté vers la croissance : L'objectif de croissance est également présent pour cet entrepreneur, mais l'autonomie financière représente également un objectif important et la recherche d'équilibre entre croissance et autonomie constitue une préoccupation permanente.

➤ L'entrepreneur orienté vers l'efficacité : Cet entrepreneur choisit clairement un objectif d'indépendance et refuse la croissance qui pourrait l'amener à ne pas atteindre ce but prioritaire.

➤ L'entrepreneur artisan : On retrouve dans cette approche une figure d'entrepreneur déjà évoquée. La motivation centrale est le besoin d'indépendance et l'objectif essentiel est la survie de l'entreprise. À cet égard, l'indépendance est plus importante que la réussite économique.

Julien et Marchesnay (1988, 1992 & 1996) proposent une classification considérée comme majeure au sein de l'entreprenariat francophone en se fondant sur le classement hiérarchique des aspirations de l'entrepreneur vis-à-vis de son entreprise. Ces auteurs distinguent :

➤ Les entrepreneurs PIC : qui ont, dans l'ordre, des aspirations à la pérennité, à l'indépendance et à la croissance. L'entrepreneur PIC accorde la priorité à la pérennité de l'entreprise. Il est réticent à l'entrée d'investisseurs au sein du capital de son entreprise et enfin la croissance ne constitue pas pour lui un objectif prioritaire.

➤ Entrepreneurs CAP qui ont, dans l'ordre, des aspirations à la croissance, à l'autonomie et à la pérennité. L'entrepreneur CAP, quant à lui, est présenté comme plus

## CHAPITRE I : Entreprenariat, Entrepreneur, Concept de base

opportuniste. Il est amené à faire des coups pour rechercher un profit élevé et rapide malgré les risques liés à ce comportement.

A ces descriptions de différentes typologies, il y a encore d'autres qui sont synthétisées dans le tableau ci-dessous :

**Tableaux N°04 : Typologie d'entrepreneure**

<b>Auteurs</b>	<b>Date</b>	<b>Typologies</b>
Collins et Moore	1970	Deux types d'entrepreneurs : 1. L'entrepreneur administratif 2. L'entrepreneur indépendant
Miles et Snow	1978	Quatre types d'entrepreneurs : 1. Le prospecteur 2. L'innovateur 3. Le suiveur 4. Le réacteur
Vesper	1980	Au moins 11 types d'entrepreneurs : 1. Travailleurs autonomes travaillant seuls 2. Bâtisseurs d'équipes 3. Innovateurs indépendants 4. Multiplicateurs de modèle existants 5. Exploitants d'économie d'échelle 6. Rassembleurs de capitaux 7. Acquéreurs 8. Artistes qui achètent et vendent 9. Constructeurs de conglomérats 10. Spéculateurs

## CHAPITRE I : Entreprenariat, Entrepreneur, Concept de base

		11. Manipulateurs de valeurs apparentes
Carland ; Hoy	1988	Deux types d'acteurs organisationnels : 1. L'entrepreneur 2. Le propriétaire de PME
Lafuente et Salas	1989	Quatre types de nouveaux entrepreneurs : 1. Artisan 2. Orienté vers le risque 3. Orienté vers la famille 4. Managérial
Filion	1998	Deux types d'entrepreneurs : 1. Opérateur 2. Visionnaire

. Source : Thierry VERSTRAETE Op Cit 2000. P 256

### **2.4 Les objectifs de l'entrepreneur**

« L'objectif est un jalon dans la réalisation d'un but » (Koenig, 1990), en ce sens, l'objectif est un mode opératoire choisi par l'entrepreneur pour lui permettre de réaliser la vision stratégique qu'il a du développement de son entreprise.

#### **2.4.1 La satisfaction des clients et la qualité**

Comme toute entreprise l'entrepreneur essaie avant toute chose de satisfaire ses clients, voire d'améliorer le service à la clientèle, développer une image de l'entreprise passe une démarche de qualité : qualité de produit, qualité de la gestion, qualité des conditions de travail.

#### **2.4.2 L'indépendance financière**

Un objectif primordial dans le cadre de la PME est le maintien de l'indépendance économique et financière. Cette volonté d'indépendance suppose la recherche d'une sécurité financière et d'avantages financiers qui évitent une dépendance vis-à-vis de personne extérieur de l'entreprise.

#### **2.4.3 La croissance du CA et la croissance des bénéfices**

Une des finalités principales recherchées par les entrepreneurs est la croissance de leurs entreprises. Cette croissance de l'organisation s'évalue la plupart du temps par l'intermédiaire du chiffre d'affaire ou des bénéfices. L'objectif principal reste d'assurer une rentabilité financière suffisante pour couvrir les charges financières de l'entreprise.

#### **2.4.4 L'entrepreneur et le respect des normes sociales**

A chacune des vécus de l'entrepreneur (vécus professionnel et vécus social) correspond un réseau spécifique. D'une part le réseau familial et d'autre part le réseau professionnel, dans les deux cas, les relations sont régies par un certain nombre de normes. L'entrepreneur noue des relations avec son environnement, c'est-à-dire avec les acteurs locaux que ce soit des relations marchandes ou non marchandes. Dans ses contacts, l'entrepreneur choisit ses fournisseurs, ses clients et ses créditeurs selon les normes de la société.

### **Conclusion**

En guise de conclusion pour ce chapitre, nous avons essayé de faire une revue sur l'aspect théorique de l'entreprenariat. Nous rappelons que l'entreprenariat est perçu comme un phénomène hétérogène et complexe ; l'acteur principal de celui-ci est l'entrepreneur qui a connu une évolution à travers le temps, il joue un rôle économique actif, non seulement en création d'entreprise, mais aussi en organisant et planifiant la production et en assumant tous les risques. Le rôle de l'entrepreneur comme acteur principal de la création d'entreprise a évolué avec l'évolution de la théorie économique. Grâce à différents facteurs et caractéristiques, l'entrepreneur se lance dans la création. D'un côté les caractéristiques intrinsèques à la personnalité de l'entrepreneur lui-même, son éducation, son parcours professionnel, l'envie d'autonomie et de réalisation de ses rêves, de l'autre côté le milieu dans lequel il évolue, la famille, la société avec tout ce qu'elle véhicule comme valeurs normes et règles. Les entrepreneurs différents selon leurs motivations, les conditions dans lesquelles ils évoluent et les buts qu'ils veulent atteindre par leurs actions



**Chapitre II**  
**L'entrepreneuriat dans le secteur de**  
**tourisme en Algérie**

## Chapitre II L'entrepreneuriat dans le secteur de tourisme en Algérie

### Introduction :

Après avoir tenté de traiter les différentes définitions et concepts de base de l'entrepreneur et l'entrepreneuriat Dans ce deuxième chapitre, nous allons essayer de mieux comprendre cet acte entrepreneurial dans le secteur touristique en l'Algérie plus précisément.

Le tourisme est un secteur qui se retrouve dans un terrain vierge en Algérie malgré le riche potentiel touristique dont le pays dispose. De ce fait, la mise en valeur de ces atouts dans le cadre d'une dynamique entrepreneuriale touristique pourrait redresser l'économie Algérienne

Ce secteur n'a jamais réellement fait partie des priorités économiques du pays depuis 1962 L'ALGERIE a voulu intégrer le secteur du tourisme au sein de sa politique économique et sociale et cela à travers les textes réglementaires.

Dans le secteur du tourisme SERGE MESGUICH identifie trois grandes catégories d'entrepreneurs touristiques : ceux qui construisent leur activités autour d'actifs (hébergements, restauration) ; ceux qui ayant une expérience dans le numérique, déclinent leur solution dans le tourisme ; et ceux qui décident de monter une affaire dans laquelle ils se sentent acteurs de leur destinée après avoir travaillé en tant que cadre dans des grandes groupes

### Section 1 : introduction au secteur touristique

#### 1.1 Définition du tourisme :

Selon G. Cazes qui considère que : « le tourisme est un phénomène nouveau qui n'a vraiment émergé dans la réalité quotidienne que depuis moins d'un demi-siècle. Mais il a connu une expansion et une généralisation rapide dans la société comme un élément banal et naturellement constitutif de cette vie quotidienne.»<sup>16</sup>

L'Organisation mondiale du tourisme, estime que « le tourisme est un déplacement hors de son lieu de résidence habituel pour plus de 24 heures mais moins de 4 mois, dans un but de loisirs, un but professionnel (tourisme d'affaires) ou un but sanitaire (tourisme de santé) ».

A partir des deux définitions On constate que le tourisme est un phénomène centré sur le touriste lui-même, on pourrait alors affirmer qu'il ne peut y avoir de tourisme sans touriste ! Sa seule présence permet d'identifier un lieu touristique.

Le tourisme est donc une activité basé sur le déplacement des individus en dehors de leurs lieux d'habitat, pour une durée déterminée et pour des motifs de loisir, d'affaire ou de sante.

#### 1.2 Les caractéristiques du tourisme

L'industrie du tourisme connaît des caractéristiques bien prononcées à savoir : son ampleur, sa progression ainsi que sa capacité d'innovation

- A. **Son ampleur** : Selon l'OMT, les flux physiques et monétaires liés au tourisme connaissent un étendu planétaire. En effet, de nos jours, peu de pays se trouvent à l'écart du phénomène touristique comme émetteurs ou récepteurs.
- B. **Sa progression** : Les arrivées du tourisme international ont connu un développement et une augmentation rapide, et de plus en plus important mettant le tourisme dans un contexte d'expansion. En effet, le tourisme est devenu une activité plus internationale,
- C. **Sa capacité d'innovation** : Le tourisme a été le champ d'application de nouveaux concepts. Il a permis l'application de nouvelles formules de transport (vol charter par exemple), a créé des villes nouvelles, a suscité l'éclosion de formes architecturales originales. Le tourisme s'enrichit d'aspects et de motivations nouvelles. De ce fait, de nouveaux types de tourisme apparaissent : thermalisme, climatisme d'hiver, montagne d'été, bain de mer et brunissage, sport d'hiver, nautisme, tourisme vert...

---

<sup>16</sup> Georges Cazes,, Le tourisme international Mirage ou Stratégie d'avenir, Edition HATEIR, 1989, p.7

## Chapitre II L'entrepreneuriat dans le secteur de tourisme en Algérie

### 1.3 Types et formes du tourisme :

#### 1.3.1 Tourisme balnéaire :

qui constitue le type le plus répandu dans le monde. il est lié à la mer et c'est le type le plus populaire et le plus accessible.

#### 1.3.2 Tourisme culturel :

il privilégie d'un côté les valeurs socioculturelles des lieux visités, à travers leur patrimoine, leurs traditions et leur mode de vie. de l'autre côté, il bénéficie d'un fait religieux qui est l'acte de pèlerinage sur des lieux sacrés.<sup>17</sup>

#### 1.3.3 Tourisme de congrès et d'affaire :

le développement du réseau de communication, la libéralisation de l'économie, sont de nature à accroître les déplacements, qu'ils soient Individuels, ou dans le cadre de manifestations telles que les conférences, séminaires, foires, expositions etc. ce type a connu un développement quasi mondial et Bénéficie des effets de la mondialisation des échanges (il croit au rythme de 10 à 15% par an) Pour cela, de grands hôtels ou centres de congrès ont été érigés spécialement pour les réunions d'affaires, les séminaires et les congrès<sup>18</sup>

#### 1.3.4 Tourisme de santé et de bien être:

Ce type de tourisme a été destiné aux individus souffrant de maladies chroniques, mais par la suite, il s'est trouvé une nouvelle clientèle parmi les employés du secteur tertiaire qui souffrent de plus en plus du stress, de la lassitude,... Ce type englobe notamment le thermalisme (tout déplacement en vue de subir un traitement naturel à base d'eau de source thermale), le climatisme, la thalassothérapie, etc.

#### 1.3.5 Tourisme de loisirs :

Qui prend de plus en plus place dans l'activité touristique, grâce notamment au nouveau concept des parcs à thèmes où les équipements d'hébergement, de distraction, de détente et de sport, sont intégrés dans un vaste parc paysager et de loisirs.

#### 1.3.6 Tourisme sportif :

Ce type de tourisme qui intéresse surtout les jeunes sportifs, s'organise périodiquement dans des zones qui offrent une infrastructure adéquate et/ ou un environnement naturel permettant aux amateurs de pratiquer un sport selon leurs choix et en fonction de la spécificité de la région : ski, alpinisme, randonnée équestre et pédestre.....

---

<sup>17</sup> mémoire, Littoral jijelien , entre impératifs du développement touristique et préoccupation environnementale

<sup>18</sup> Gabriel WACKERMAN : TOURISME, Encyclopédie UNIVERSALIS, 1999.

## **Chapitre II L'entrepreneuriat dans le secteur de tourisme en Algérie**

### **1.3.7 Tourisme urbain :**

est considéré comme un tourisme de week-end et de proximité, est essentiellement tourné vers le tourisme culturel. L'étendue du pays et le développement des moyens de transport et de communication justifient une infrastructure hôtelière plus importante.

### **1.3.8 Tourisme climatique ou rural :**

la promotion du tourisme climatique ou rural sous des formes adaptées (randonnées, chasse, visites religieuses,...) mérite également que l'on s'y attarde. Renouer avec ce type de tourisme qui n'est d'ailleurs pas étranger aux pratiques de la population algérienne, peut contribuer à revaloriser les potentialités locales telles que l'artisanat, l'agriculture, les activités folkloriques, l'art culinaire..., autant d'activités génératrices d'emplois et susceptibles de ralentir l'exode rural.

### **1.3.9 Tourisme saharien :**

ce qui concerne l'Algérie, hormis ces types auxquels peut s'apprêter le développement du tourisme, le tourisme saharien constitue une spécificité et un atout supplémentaire du patrimoine touristique, c'est un atout économique à court terme. Les avantages sécuritaires par rapport au nord et les attraits touristiques divers qu'elles recèlent peuvent transformer les régions du sud en véritables pôles d'attraction pour le tourisme international. D'autre part, il constitue une source non négligeable de création d'emploi dans des régions où les possibilités de développer les activités dans d'autres secteurs sont réduites. Pour ce qui est des formes du tourisme, nous distinguons trois formes élémentaires du tourisme par rapport à une zone donnée (région, pays, groupes de pays, etc.).

### **1.3.10 Le tourisme interne :**

Activité des résidents d'une zone donnée qui voyagent uniquement à l'intérieur de cette zone, mais en dehors de leur environnement habituel.

### **1.3.11 Le tourisme récepteur :**

Activités des non-résidents qui voyagent dans une zone donnée située en dehors de leur environnement habituel.

## Chapitre II L'entrepreneuriat dans le secteur de tourisme en Algérie

**1.3.12 Le tourisme émetteur** : Activités des résidents d'une zone donnée qui voyagent et séjournent en dehors de celle-ci et de leur environnement habituel. <sup>19</sup>

### 1.4 Le rôle du tourisme :

#### 1.4.1 Rôle social :

- Le tourisme crée une atmosphère de détente et de décompression.
- Les activités liées au service du tourisme contribuent à la lutte contre le chômage en générant de nombreux emplois.
- Il permet l'échange culturel et la prise de conscience de la personnalité individuelle et collective.
- La possibilité d'échapper à un environnement de plus en plus agressif et pollué crée par l'implantation des industries et par la concentration des populations urbaines. Dans ce cas le tourisme révèle alors un caractère sécurisant et quiet pour la psychologie de l'individu.

#### 1.4.2 Rôle culturel :

- Découvrir, les différentes civilisations des peuples à l'échelle planétaire et ceci à travers les vestiges, les ruines, qui s'y trouve. <sup>20</sup>
- La mise en valeur des potentialités du pays en matière de patrimoine historique et architectural...
- Le désenclavement des régions et des forces actives.

#### 1.4.3 Rôle économique :

- Augmentation les échanges monétaires.
- L'équilibre des balances de paiement.
- La création d'emploi (besoins de chômage : un lit /0,5 emploi).
- Favorise un aménagement de territoire plus équilibré.

#### 1.4.4 Rôle politique :

- Valorise l'image du pays au monde extérieur.

---

<sup>19</sup>MEMOIRE : VERS UNE DEMARCHE ECOLOGIQUE POUR UN TOURISME DURABLE UNIVERSITE GULMA 2017

<sup>20</sup> MEMOIRE MAGISTERE, COMPLEXE TOURISTIQUE MARSAT BEN MHIDI TAREF. 2013

## Chapitre II L'entrepreneuriat dans le secteur de tourisme en Algérie

- Il est synonyme de stabilité et de sécurité pour un pays.
- Permet un mouvement d'affaires intense entre les pays.
- El favorise, par le biais de « l'expérience » une prise de conscience internationale, ainsi que l'importance d'échange politico-économique

### 1.5 Les acteurs du secteur touristique

#### 1.5.1 Les acteurs institutionnels du tourisme

Le rôle des institutionnels du tourisme consiste à fédérer tous les acteurs liés à l'activité touristique, à qualifier l'offre, et ensuite de mettre à la disposition du public toutes les informations permettant une promotion de l'offre touristique.

##### **A -Le ministère et la direction du tourisme**

Dans le pays le ministère du tourisme est chargé de favoriser toutes les activités permettant l'expansion du tourisme et l'aménagement touristique, de coordonner aussi les actions des autres départements ministériels et d'encadrer l'activité touristique de tous les autres acteurs intervenant dans le secteur.

Quant à la direction du tourisme, elle est chargée de préparer et d'appliquer la politique générale du tourisme émise par le ministère du tourisme.

##### **B- Les offices de tourisme**

Selon P. PY les offices de tourisme : « assurent les missions d'accueil et d'information des touristes ainsi que la promotion touristique de la commune en cohérence avec le comité départementale et le comité régionale du tourisme<sup>21</sup> »

Les offices de tourisme (OT) sont donc des structures chargés des services : d'information, d'accueil, et de promotion touristique dans le but de faciliter le séjour touristique des visiteurs, ce sont des structures généralement publics qui ont pour mission de :

- ❖ Accueillir et informer les touristes
- ❖ Promouvoir le tourisme local et national
- ❖ Elaborer et mettre en œuvre la politique locale du tourisme
- ❖ Réaliser des études
- ❖ Commercialiser des prestations touristiques

---

<sup>21</sup> PY Pierre, Le tourisme, Un phénomène économique, La documentation française, Paris 2000, p. 100.

## Chapitre II L'entrepreneuriat dans le secteur de tourisme en Algérie

### ❖ Organiser des animations et des fêtes culturelles

Les comités départementaux et régionaux de tourisme (CDT, CRT) P. PY mentionne que ces comités « assurent l'élaboration, la promotion et la commercialisation des produits touristiques, en collaboration avec les professionnels et les organismes concernés par le tourisme à l'échelon départementale et communale ainsi qu'avec toutes structures locale établi à cet effet. Ils participent également aux actions de promotion sur les marché étrangers.»<sup>22</sup>

Il en ressort que les comités départementaux et régionaux de tourisme sont des structures publiques chargées de la promotion touristique des régions dont ils dépendent, Ils ont la tache de concevoir et d'appliquer la politique de développement du tourisme au niveau local et régional. Ils accueillent et renseignent aussi le public.

### 1.5.2 Les tours opérateurs (TO)

Les tours opérateurs également appelés voyagistes, sont des fabricants de produits touristiques finis et organisateurs des voyages.

<sup>23</sup>François Vellas définit un tour opérateur comme étant une entreprise commerciale spécialisée dans la fabrication de voyage à forfait . Ils achètent des prestations à prix net avec lesquels ils composent des voyages et des séjours à forfait qu'ils revendent eux-mêmes (directement), ou qu'ils font revendre par l'intermédiaire d'un réseau d'agence de voyages détaillants.

Selon<sup>24</sup> Guibilato- Gerard «c'est un organisateur de voyages qui peut avoir le statut juridique d'une agence de voyages, d'une association ou à titre exceptionnel d'un transporteur dûment autorisé. La notion de tour opérateur repose essentiellement sur la notion économique de producteur de voyages à forfait»

D'après la réglementation européenne, pour qu'un voyage puisse avoir l'appellation à forfait « il doit dépasser 24 heures, être vendu à un prix tout compris, et couvrir au moins deux prestations suivantes : transport, logement, excursions, activités culturelles et sportives...». Nous sommes alors amenés à déduire que le voyage à forfait, appelé aussi forfait touristique ou voyage organisé, comprend l'ensemble des services qui assurent le bon déroulement du voyage.

---

<sup>22</sup> Ibid, p. 101.

<sup>23</sup> François Vellas, « Economie et politique du tourisme international », Économie, (2002), p. 94

<sup>24</sup> Guibilato-Gerard., Economie touristique, édition Delta & SPES.(1983), p. 91

## Chapitre II L'entrepreneuriat dans le secteur de tourisme en Algérie

C'est une combinaison de nombreuses prestations vendues à un prix fixe. Il peut ainsi inclure les services de transport, hébergement et autres services touristiques.

Le voyage organisé ou à forfait comprend les caractéristiques suivantes :

A-Est un voyage « préfabriqué », c'est-à-dire minutieusement préparé

B -Les utilisateurs de ce type de produit seront en général accompagnés.

C -Le T.O peut aussi offrir toute une gamme de produits en tenant compte des différents types de séjours de la clientèle

D -Le T.O utilise pour se faire connaître une brochure ou un catalogue très illustré

### 1.5.3 Les agences de voyages

<sup>25</sup>Guibilato- Gerard, estime que : «L'agence de voyage distributrice est donc le détaillant en quelque sorte, celui qui est en contact direct avec la clientèle finale, dernier maillon du circuit de vente. A ce titre, elle peut être indépendante, intégrée à une chaîne sous contrôle ou non d'un fournisseur TO notamment »

F. Vellas considère quant à lui les agences de voyages comme étant, « des entreprises commerciales qui ont pour activité principale la vente des produits touristiques auprès des consommateurs.... L'activité économiques des agences de voyages est organisé autour de la vente de titre de transport (billetterie) et la commercialisation de produits touristiques (forfaits) »<sup>26</sup>

Alors on peut dire que une agence de voyages c'est une entreprise commerciale qui compose et vend des offres de voyages à ses clients. Elle joue le rôle d'intermédiaire et/ou d'agrégation de services entre les clients et les différents prestataires sur le marché du tourisme : compagnies aériennes, hôteliers, loueurs de voiture , compagnies d'assurances etc.

### 1.5.4 L'organisation mondiale du tourisme (OMT)

L'organisation mondiale du tourisme OMT, est une organisation intergouvernementale, liée aux nations unies et qui existe depuis 1970, dont le siège est basé à Madrid. Elle réunit comme membres des entreprises (publiques ou privées), des organisations, des ONG, des établissements d'enseignement ou des organismes dont les activités sont liées au tourisme<sup>27</sup>

Elle comptait en 2013, 158 pays, 6 membres associés et plus de 500 Membres

---

<sup>25</sup> G. Gerard. Op. cit, p. 91

<sup>26</sup> François vallas /économie et politique du tourisme international 2eme édition

<sup>27</sup> Organisation Mondiale du Tourisme, UNWTO Affiliate Members in <http://affiliatemembers.unwto.org/fr/content/who-are-unwto-affiliate-members>

## Chapitre II L'entrepreneuriat dans le secteur de tourisme en Algérie

Selon F. Vellas l'objectif fondamental de l'organisation mondiale du tourisme est « de promouvoir et de développer le tourisme en vue de contribuer à l'expansion économique, à la compréhension internationale, à la paix, à la prospérité ainsi qu'au respect universel et à l'observation des droits et des libertés humaines fondamentales sans distinction de race, de sexe, de langue et de région. »<sup>28</sup>

### 1.5.5 Le transport :

Les touristes se déplacent vers une destination, la visitent et en reviennent en utilisant les moyens de transport à leur disposition. Les modalités de ces déplacements peuvent varier quasiment à l'infini, mais le transport est toujours une partie intégrale et un élément clé de l'expérience touristique

Le transport, permettant la mobilité des hommes et des marchandises, constitue une activité charnière indispensable au fonctionnement de l'économie et d'aménagement du territoire, et aussi à la satisfaction des besoins de la population.

Essentiellement, il existe quatre types de transport qui sont :

- le transport routier
- le transport maritime
- le transport ferroviaire
- le transport aérien.<sup>29</sup>

### 1.5.6 L'hébergement :

Le développement touristique d'un pays dépend fortement de la diversification de ses structures d'hébergements et de leur capacité d'accueil.<sup>30</sup>

François Vellas dans son ouvrage « l'économie du tourisme international » propose plusieurs types de structure d'hébergements à savoir : L'hôtel, les résidences secondaires, les meublés, les chambres d'hôte, les gîtes et hébergements ruraux, l'hébergement social et enfin le camping caravaning

### 1.5.7 la restauration :

Selon François Vallas : « La restauration de tourisme est une entreprise commerciale de restauration dont la clientèle est principalement touristique et qui peut être exploitée toute

---

<sup>28</sup> 14 F. Vellas, Op. cit p. 176

<sup>29</sup> F. Vellas. Op, cit. ppp. 85.86.87

<sup>30</sup> <https://www.unwto.org/fr/onu-tourisme-actualites-n-14-le-tourisme-repart%2C-notre-responsabilite-demeure>

## Chapitre II L'entrepreneuriat dans le secteur de tourisme en Algérie

l'année en permanence ou seulement en période saisonnière. L'établissement est dit (restaurant saisonnier) lorsque l'ouverture n'excède pas une durée de neuf mois par an fractionnée en une ou plusieurs périodes. Le service ainsi que le paiement sont effectués à table pour clientèle assise »

En restauration, la capacité et les dimensions de l'établissement varient selon qu'il s'agit de restauration rapide ou d'un restaurant de grand hôtel. En règle générale, le restaurant se compose de trois secteurs principaux: la cuisine, où se déroule la préparation et la cuisson des mets; la salle, où les repas sont servis aux clients; le bar, où l'exploitant vend des boissons alcoolisées et des petits plats légers et offre des divertissements, musique enregistrée ou attractions

### 1.5.8 Les associations touristiques :

Ce sont des structures qui œuvrent pour la promotion du tourisme social locale et/ou régional. Elles remplissent aussi des fonctions dans le cadre de l'aménagement du territoire.

Ces associations ont pour vocation de mettre en valeur des espaces touristiques authentiques et d'organiser des séjours à caractère social, éducatif, culturel et sportif. Le tourisme social est à l'origine du développement de certaines régions désenclavées. Son but est aussi de vivifier l'économie locale.

### 1.5.9 L'animation :

Il s'agit d'un ensemble d'activités permettant aux touristes de se détendre, de se divertir, et de s'épanouir. L'animation est un élément fondamental de l'offre touristique, elle comprend toutes les actions qui visent à répondre aux attentes des touristes. J.J. Monnard propose plusieurs types d'animation :<sup>31</sup>

- L'animation « sociabilité », facilite la communication entre les touristes, par l'organisation de manifestations régulières, particulières (soirées dansantes, etc.) de jeux de société (Scrabble, etc.).
- L'animation « mouvement », contribue au développement des activités physiques et sportives.
- L'animation « créativité », offre la possibilité d'activités manuelles, de savoir-faire, de créativité (dessin, peinture, poterie, photo, etc.)

---

<sup>31</sup> Jean Jacques Monnard , « Animation touristique », cours polycopié, centre international de Glion.

## **Chapitre II L'entrepreneuriat dans le secteur de tourisme en Algérie**

- L'animation « culture, découverte, vie », permet de satisfaire les besoins d'information, de curiosité, de changement, au travers de manifestations ou d'activités diverses (festival de musique, conférences, cours de langues, de cuisine, d'initiation à des techniques nouvelles, rallyes, excursions, visites guidées, etc...)
- L'animation « aventure » s'adresse aux touristes en quête d'imprévu, d'inconnu, voire de difficultés et de danger, soit par le biais d'un retour vers la nature plus ou moins organisé (randonnées, expéditions, etc.) soit par la pratique d'un sport à risque ou considéré comme tel (parachutisme, alpinisme, etc.), soit encore par une sortie aventure, souvent en confrontation avec des éléments naturels présentant un risque (volcanologie ou spéléologie).
- L'animation « tranquillité », permet de compenser le stress de la vie quotidienne non par une distraction mouvementée mais par le repos, le calme, la réflexion. Elle se concrétisera dans les activités suivantes : yoga, spiritualisme, promenade dans la nature, méditation en groupe, cure, farniente.

### **Section 2 : Le Tourisme en Algérie**

#### **2.1 Potentiel touristique algérien :**

##### **2.1.1 Gisement naturel :**

L'Algérie, pays de contrastes, située au Nord de l'Afrique, s'étend sur une superficie de 2.381.741 km<sup>2</sup>, des frontières longues de 6000 Km, la séparent du Maroc, du Sahara Occidental, de la Mauritanie, du Niger, du Mali, de la Tunisie et de la Libye. Son relief est composé de quatre ensembles : les chaînes côtières du Tell, une suite de plateaux et de hautes plaines, une bande montagneuse méridionale, Atlas Tellien et Saharien et la région du Sahara avec ses massifs montagneux.

Au Nord, la Méditerranée baigne le pays sur 1200 Km de côte, dotée de sites exceptionnels. Sa position géographique à l'échelle de la Méditerranée et leur diversité climatiques, font qu'elle comprend de nombreux sites d'intérêts stratégiques, reconnus d'un point de vue écologique : espèces rares, tracé des Fly-way Europe Afrique...Etc., son espace côtier comprenant des écosystèmes maritimes dunaires et des écosystèmes littoraux pré-forestiers, De l'Est à l'Ouest : La zone côtière marine d'El Kala, le parc de Taza, le parc de

## Chapitre II L'entrepreneuriat dans le secteur de tourisme en Algérie

Gouraya, les îles Aguellis au large de Réghaia, le ban des Kabyles, l'aire marine de Tigzirt, les îles de Rachgoun, le parc national du Chenoua, la réserve naturelle des îles Habibas.....

Au Sud, le Sahara, continent immuable, qui s'étend sur près de deux millions de kilomètres carrés soit près de 80% du territoire, et qui présente la partie la plus vaste des territoires sahariens parmi tous les pays sahariens, répartie sur 4 régions du grand sud : Adrar au sud ouest qui est connue pour le brassage de différentes cultures, ses foggaras et ses forteresses séculaires. Illizi à l'extrême sud, Djanet étant la daïra la plus importante, cette région est connue pour le parc national du Tassili qui a été classé depuis 1982 patrimoine mondial de l'UNESCO et qui constitue un véritable creuset où les éléments naturels, culturels, et historiques vivent en symbiose. La vallée de M'ZA, son classement sur la liste du patrimoine mondial concerne tout autant l'ensemble historique, urbanistique et architectural que sont les villes de Béni Izguen, Bou Noura et Melika, que la palmeraie et l'économie du système de captage des eaux (foggaras).

Tamanrasset, le parc national du Hoggar créé en 1987, est caractérisé par son relief, sa faune, sa flore et ses gravures rupestres, en constituent le principal attrait touristique. Il est à noter que ce potentiel touristique est peu mis en valeur.

### 2.1.2 Le Thermalisme

L'Algérie dispose de 202 sources thermalo-minérales dont une très forte proportion se trouve dans la partie septentrionale. Les analyses physico-chimiques et hydrogéologiques ont permis de préciser les caractéristiques de chaque source au double plan, celui de la minéralisation et des indications thérapeutiques. Sur le plan physico-chimique, les analyses font ressortir plus de 7 catégories d'eau et sur le plan de la thermalité, on rencontre quatre types de sources : sources hypo thermales, sources méso thermes, sources ortho thermes, sources hyperthermies. Il est à noter, qu'en application de l'article 15 de la loi 03-01 relative au développement durable du tourisme, l'état veille à l'élaboration d'un bilan thermal et à son actualisation permanente.

### 2.1.3 Gisement culturel :

L'Algérie dispose d'un patrimoine archéologique le plus riche et plus diversifié dans le bassin méditerranéen. Cette richesse se traduit, entre autre, par le classement par l'UNESCO de sept sites sur la liste du patrimoine de l'humanité: Tassili N'Ajjer, Tipaza, Djamilia, Timgad, Kalaa Béni Hammad, Vallée du M'Zab, Casbah d'Alger.

## Chapitre II L'entrepreneuriat dans le secteur de tourisme en Algérie

Le patrimoine culturel peut être défini comme étant l'ensemble des éléments qui témoignent de notre histoire dans toute sa dimension, de nos richesses et de notre culture. Il constitue notre mémoire collective et il représente un gisement inestimable pour le développement du tourisme, à travers sa diversité (sites préhistoriques, vestiges et monuments historiques, symboles de l'art et architectures traditionnelles contemporaine...) et sa distribution à travers le territoire. Par ailleurs, il ressort que le tourisme culturel combiné au tourisme de loisirs est une demande de plus en plus importante dans le choix des destinations touristiques.

A ce niveau, l'Algérie dispose d'atouts à même de satisfaire les demandes les plus exigeantes, grâce à la localisation des sites historiques de la côte au Sahara. Cette dispersion, permet aussi à l'Algérie d'offrir un tourisme étalé sur toute l'année : tourisme d'automne, d'hiver et de printemps dans le Sahara et les hauts plateaux, tourisme d'été sur la bande côtière.

### 2 .1.4L'Artisanat

Au plan des ressources humaines, il est à noter que l'amélioration du niveau d'instruction des jeunes, l'attrait du travail de «bureau» synonyme de promotion sociale, ont contribué à dévaloriser les artisans de travail manuels et donc ceux de l'artisanat qui sont restés le lot des personnes âgées, car on en compte 180 000 artisans seulement. Par ailleurs, les métiers et les produits de l'artisanat n'ont été valorisés, ni par le système de formation, ni par le système des prix, aboutissant ainsi, à un recul de ce secteur, voir même à la disparition de certains métiers et/ou certains produits.

### 2.1.5 Infrastructures de Transport :

Les infrastructures de transport ont bénéficié d'un effort conséquent depuis l'indépendance, les choix initiaux du pays ont certes privilégiés la route, mais les réalisations d'aéroports et de ports sont appréciables. Il faut rappeler que le réseau routier national est le meilleur du Maghreb, il représente un linéaire de plus de 100.000Km, Dans le lequel les autoroutes dont le programme a été lancé dans les années 80, représentent un potentiel remarquable.

L'histogramme, illustre le déclin du mode de transport terrestre, le doublement de l'aérien en 12 ans et la forte augmentation du mode de transport maritime. Le réseau actuel d'infrastructures de transport est constitué de : 96.000 Km de routes, 1140 Km de voies étroites (pénétrantes Nord/Sud) et 300 Km de voie électrifiée (ligne minière Est), 4200 Km de voies ferrées réparties en 3060 Km en voie normale (Essentiellement la rocade Nord), avec environ

## Chapitre II L'entrepreneuriat dans le secteur de tourisme en Algérie

200 gares, 30 aéroports classés, 13 ports polyvalents, 02 ports spécialisés dans les hydrocarbures, 17 ports de pêches, 02 ports de plaisances. Aussi, il est à signaler le lancement de pas mal de projets à Alger, ainsi que dans certaines villes : la réalisation de Métro, Tramways, élargissement et réalisation de plusieurs voies rapides (autoroute Est-Ouest, autoroute de haut plateaux,.....).

### 2.2 La zone d'expansion touristique (ZET) :

#### 2.2.1 Définition :

D'après le décret n° 66 /75 du 4 avril 1966, en application de l'ordonnance n°66/67 du 26 mars 1966 : peut être déclarée une zone d'expansion touristique : « Toute région, ou étendu du territoire, jouissant de qualités, ou de particularités naturelles, culturelles, ou récréatives, propices au tourisme, se prêtant à l'implantation, ou au développement d'une infrastructure touristique, et pouvant être exploitées pour le développement des formes rentables du tourisme ».

#### 2.2.2 Différents types de ZET :

La ZET du littoral : Ces zones d'expansions touristiques sont généralement localisées près des plans d'eaux. Leur développement est hétérogène. Elles offrent des possibilités d'activités balnéaires (pêche, sous-marines, sport).

Le riche patrimoine historique de ces zones, appelle une légitime et nécessaire revalorisation. Les zones forestières, auxquelles s'endosse la frange littorale, offrent des réelles possibilités en matière d'artisanat, de chasse et d'arboriculture.... (Cas de Taref).

##### A. La ZET des hauts plateaux :

Contrairement au précédentes, elles se définissent par d'autres caractéristiques, ce type de zone détient 7 % des zones touristiques en Algérie dont elles s'étendent sur une superficie de 3447 ha dont la majorité est concentrée dans le Nord et à l'Est des hauts plateaux du pays.

##### B. La ZET du Sud :

Ces zones d'expansion touristique se distinguent des autres par : Les oasis, qui sont la cible de développement touristique Saharien. Elles occupent une superficie relativement grande : 9 437 ha environ. Elles offrent un tourisme de haut de gamme et pour les franges limitées des populations.

Le décret n° 88-232 du 5 novembre 1988 a limité 174 ZET réparties comme suit : 142 ZET sur le littoral, 12 ZET sur les hauts plateaux, 20 ZET dans le Sahara.

## Chapitre II L'entrepreneuriat dans le secteur de tourisme en Algérie

En Algérie le décret n°88-232 du 05 novembre 1988, a délimité 174 zones d'expansions touristiques(ZET) classée, sont réparties sur le territoire de la manière suivante:

Wilaya	Nombre de ZET	Wilaya	Nombre de ZET
Adrar	05	Tlemcen	08
Bejaia	11	Tizi ouzou	08
Biskra	01	Saida	09
Béchar	02	Annaba	04
Tamanrasset	02	Skikda	09
Djelfa	02	Mostaganem	15
Chelef	10	Ourgla	06
Msila	03	Oran	08
El-bayed	01	Illizi	01
El-oued	01	Naama	03
Boumardes	14	El-taref	05
Ghardaia	02	Tipaza	24
Ain timouchent	06	Jijl	09

Figure :tableaux des zones d'expansion touristique, direction du tourisme

- 140 ZET implantées sur 14 wilayas littorales et représentant une superficie de 34 852.86ha.
- 13 ZET localisées dans les wilayas intérieures et les hautes plaines recouvrant 3 480.6 ha
- 20 ZET située au niveau de 8 wilayas du sud et du grand sud, d'une superficie de 9501.09ha.

Ainsi 202 sources thermales qui ont été recensées pour leurre caractères physico chimique et leurs propriétés sur tout le territoire national. Ces sources sont classées comme suit :

- 136 sources thermo-minérales d'importance locale
- 55sources thermo-minérales d'importance régionale
- 11 sources d'importance nationale

### Section 3: Entreprenariat touristique en Algérie

#### 3.1 La création d'entreprise touristique

Nous relatons dans cette section, les principales phases de développement de la création d'entreprise touristique en Algérie, ainsi que les principaux indicateurs de l'activité entrepreneuriale touristique du pays

##### - L'émergence de la création d'entreprise en Algérie :

Les potentialités de l'Algérie sur le plan de la diversité paysagère sont incontestables avec son climat méditerranéen tempéré, la présence de sites préservés et une position géographique centrale entre l'Afrique et l'Europe. La mise en valeur de ces atouts dans le cadre d'une activité touristique dynamique est passée par trois grandes étapes.

##### **A. Une planification dirigée du secteur du tourisme (1962-1985)**

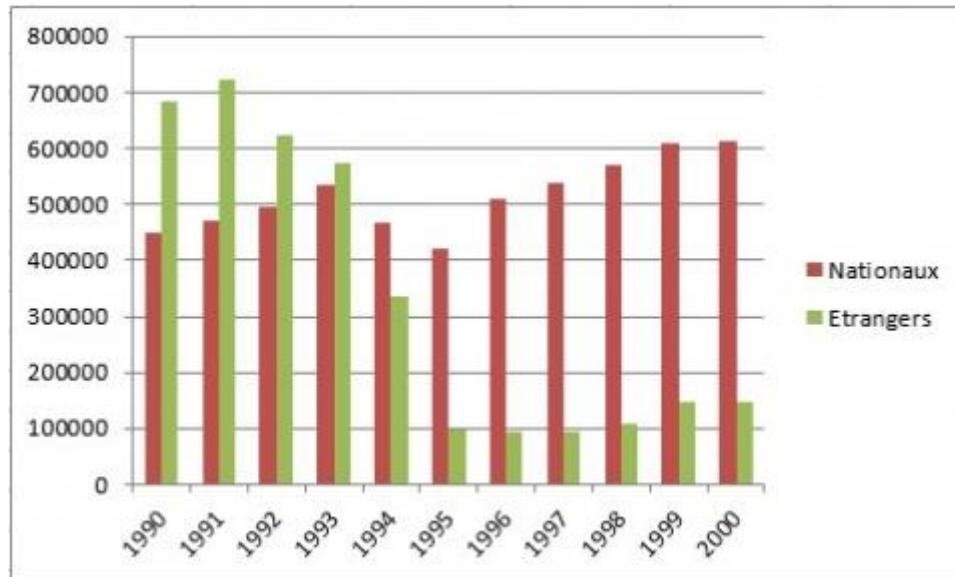
À l'indépendance, en 1962, l'Algérie a hérité d'une structure d'accueil qui se limitait à environ 5 792 lits, dont 50 % localisés dans les régions littorales. Les premières opérations qui suivirent la création du ministère du Tourisme en 1963 se limitaient à la construction par l'État d'un ensemble de complexes touristiques à travers le territoire national et la réhabilitation de plus de vingt stations thermales. À la fin des années 1960, le secteur touristique connut la création de plusieurs structures gestionnaires comme la commission nationale de l'hôtellerie et de la restauration (SOGEHORE), l'Office national du tourisme (ONAT) ainsi que l'Entreprise nationale des études touristiques (ENET). Certes, les budgets destinés aux projets touristiques étaient plus conséquents lors des premier et second plans quinquennaux (1970-1974 et 1975-1979), mais l'effort public était davantage orienté vers le développement de l'industrie en relation avec les ventes de pétrole et de gaz naturel ; la place du secteur touristique restait secondaire.

Vers le début des années 1980, les capacités d'accueil atteignaient 30 000 lits, dont plus de 50 % toujours concentrés sur les franges littorales, aux abords des villes côtières les plus importantes. Malgré cette amélioration, l'offre reste insuffisante par rapport à l'augmentation des flux touristiques et les exigences plus élevées matière d'équipements et de services.

### **B. Une ouverture pour les investissements touristiques dans le cadre de l'économie de marché (1986-2000)**

La chute des prix de pétrole -qui constituaient plus de 92 % du budget de l'État- a engendré plusieurs restructurations politiques et économiques obligeant les gouvernements de l'époque à donner plus d'importance aux autres activités économiques génératrices de richesse comme le tourisme balnéaire. Ainsi l'ouverture sur l'économie de marché devait attirer des capitaux privés, nationaux et internationaux, pour soutenir des investissements dans le secteur du tourisme (Ghodbani, 2005). En effet, l'ENET (1987) a proposé des zones propices à l'investissement dans le cadre de Zones d'expansion touristique, au regard de la pertinence du paysage naturel et des conditions d'accessibilité nécessaires pour garantir le succès des investissements. Plusieurs ZET ont été identifiées sur le littoral, délimitées officiellement et classées selon deux degrés de priorité (investissements prioritaires ou secondaires). Durant cette période de planification, la vision environnementale était absente et de nombreux projets concernaient des sites fragiles (dans des arrières-plages, des périmètres inondables des oueds et même dans des zones humides vulnérables). Si les zones les plus retirées sont restées dans un état plus ou moins vierge, en raison de la dégradation des conditions sécuritaires internes (1990-2000), celles proches des villes ont connu une occupation assez rapide qui a entraîné une artificialisation accélérée du littoral. La faiblesse des prestations des hôtels et leur coût trop onéreux pour la majorité des citoyens algériens expliquent le succès des locations chez l'habitant. Au cours de cette période, le flux touristique a connu une stagnation, voir un recul significatif (Kansab, 2014).

Figure 2. L'évolution du nombre de touristes (étrangers et nationaux) de 1990 à 2000



Source :Ghodboni a partir de l'enquête (bekheria ,2006)

### C. la relance économique et l'intégration de la dimension environnementale (2000-2014)

Cette période était caractérisée par l'augmentation spectaculaire du prix du baril du pétrole, et l'amélioration des conditions sécuritaires à la suite d'une amnistie nationale. Ces conditions ont donné plus de poids à l'action publique malgré un discours libéral. Par ailleurs, de nouvelles dispositions en matière de politique d'aménagement consistaient à donner plus d'intérêts à la protection de l'environnement et à la gestion durable des ressources naturelles. Une loi interdit l'urbanisation sur des distances variées à partir du domaine public maritime et plusieurs sites identifiés par le Plan d'aménagement côtier (2005) sont proposés pour une mise en réserve naturelle (lagunes, dunes, embouchures, îles, etc.). La volonté de l'état de redynamiser les ZET, déjà approuvées par les instances centrales et locales, a favorisé la création d'un ensemble de mécanismes financiers et fonciers pour encourager l'investissement dans le domaine du tourisme. Par exemple, des facilités bancaires sont accordées pour favoriser les crédits destinés aux hommes d'affaires nationaux et les démarches pour la procuration de terrain constructible dans les périmètres des ZET sont cadrées par le Comité d'assistance locale et de promotion de l'investissement (CALPI) et l'Agence nationale du développement touristique (ANDT). Depuis 2008, le ministère du Tourisme a fusionné avec celui de l'environnement et de l'aménagement du territoire et un Plan d'action pour le développement touristique durable en Algérie est conçu pour une meilleure valorisation de toutes les

## **Chapitre II L'entrepreneuriat dans le secteur de tourisme en Algérie**

potentialités naturelles, culturelles et patrimoniales. Cependant, ces engagements sont freinés par les impératifs de développement, le manque de coordination entre les secteurs économiques ainsi que la convoitise exercée sur les espaces littoraux. Dans ce contexte, il est intéressant d'identifier les formes de dysfonctionnement qui entravent une mise en tourisme intégrée des sites littoraux et d'envisager des solutions durables pour réconcilier activité touristique et environnement.

### **3.2 Les structures d'accompagnement de la création d'entreprise en Algérie**

Les structures d'accompagnement sont des dispositifs mis par l'Etat algérien au profit des jeunes pour les aider à créer leur propre entreprise, pour un double objectif. D'un côté, baisser le taux de chômage chez les jeunes, et d'un autre côté promouvoir l'activité entrepreneuriale. Ces structures sont des agences de financement et de suivi des jeunes porteurs de projets dans le processus de création de l'entreprise. Il s'agit de l'ANDI, l'ANSEJ, la CNAC et l'ANGEM

#### **3.2.1 L'Agence Nationale de Développement des Investissements (ANDI)**

Suites aux diverses réformes engagés en Algérie durant la décennie 1990, l'ANDI a été créée en 1993, sous la tutelle du ministère chargé de la promotion des investissements.<sup>32</sup>

##### **a. La présentation de l'ANDI :**

Au départ l'ANDI a été créée en 1993, sous le nom de l'Agence de Promotion, de Soutien et de Suivi de l'Investissement (APSI), puis en 2001 sous le nom de l'Agence Nationale de Développement des Investissements (ANDI), sous l'ordonnance n°01-03 du 20/08/2001 relative au développement de l'investissement. L'ANDI est un établissement public à caractère administratif, sous la tutelle des services du chef de Gouvernement. Il a pour objectif de fournir des services aux investisseurs nationaux et étrangers.

##### **b. La mission de l'ANDI :**

L'ANDI a pour mission la promotion et le développement des investissements algériens ou étrangers et leur apporte une assistance en matière d'information. A cet effet, elle veille à l'exécution des décisions d'encouragement à l'investissement en concertation avec les

---

<sup>32</sup> [www.andi.dz](http://www.andi.dz)

## Chapitre II L'entrepreneuriat dans le secteur de tourisme en Algérie

institutions concernés, tels que les douanes, les impôts, etc. Aussi, elle contribue à la mise en œuvre des politiques et stratégies de développement en synergie avec les secteurs économiques concernés.

### c. Les activités de l'ANDI :

Selon le décret exécutif n°06-356, l'ANDI est chargée de :

- 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.
- Assurer un service de mise en relations d'affaires et de facilitation des contacts des investisseurs non-résidents avec les opérateurs algériens et promouvoir les projets et les opportunités d'affaires.
- Organiser des rencontres, colloques, journées d'études, séminaires et autres manifestations et évènements.
- Participer aux manifestations économiques organisées à l'étranger en rapport avec la stratégie de promotion de l'investissement arrêtée par les autorités concernées.
- Entretenir et développer des relations de coopération avec des organismes étrangers similaires.
- Assurer un service de communication avec le monde des affaires et la presse spécialisée.
- Exploiter toutes études et informations se rapportant aux expériences similaires pratiquées dans d'autres pays.

### 3.2.2 La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)

Sous la tutelle du Ministère du Travail et de l'Emploi, la CNAC a été créée en 1994 <sup>33</sup>

#### a. La présentation de la CNAC :

La Caisse Nationale d'Assurance Chômage est un dispositif étatique qui prend en charge le financement des chômeurs entre 35ans et 50 ans pour la création de leur micro-

---

<sup>33</sup> WWW.CNAC.DZ

## **Chapitre II L'entrepreneuriat dans le secteur de tourisme en Algérie**

entreprise. L'investissement concerne les activités industrielles et/ou de services, sauf la revente en l'état, pour des montants pouvant atteindre 5 millions DA.

### **b. La mission de la CNAC :**

La prise en compte des chômeurs s'est matérialisée à partir de 1994, à travers trois principaux processus. Tout d'abord, 11 583 chômeurs ont été formés par des conseillers animateurs aux techniques de l'emploi. Ensuite, 2 311 chômeurs ont été accompagnés dans la création de leur micro-entreprise. Enfin, 12 780 chômeurs, ont suivi des formations destinées à leur permettre d'acquérir de nouvelles qualifications en vue d'accroître leur chance de réinsertion dans la vie professionnelle.

### **c. Les activités de la CNAC :**

La caisse assure les tâches suivantes:

- Offrir un crédit sans intérêt entre deux et cinq millions de DA.
- Accompagner les porteurs de projets
- Appliquer une franchise de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) pour l'acquisition de biens d'équipement et de services entrant directement dans la réalisation de l'investissement.
- Appliquer un taux réduit de 5% en matière de droits de douane pour les biens d'équipements entrant directement dans la réalisation de l'investissement.

### **3.2.3 L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)**

L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes a été créée le deuxième semestre de l'année 1996, sous la tutelle du Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Sécurité Sociale.<sup>34</sup>

#### **a. La présentation de l'ANSEJ :**

Le dispositif de soutien à l'emploi des jeunes, ANSEJ, a été mis en place afin de prendre en charge le chômage des jeunes algériens et les soutenir dans l'insertion dans la vie professionnelle. En effet, ce dispositif permet aux jeunes hommes et femmes âgés entre 19 ans

---

<sup>34</sup> WWW.ANSEJ.DZ

## Chapitre II L'entrepreneuriat dans le secteur de tourisme en Algérie

et 40 ans à créer leur propre micro-entreprise, pour des montants pouvant atteindre 10 millions de DA.

### **b. La mission de l'ANSEJ :**

Ce dispositif a pour principale mission d'encourager toutes formes d'actions et de mesures tendant à promouvoir l'emploi chez les jeunes. Aussi, de favoriser la création d'activités de biens et de services par de jeunes promoteurs.

### **c. Les activités dans l'ANSEJ :**

- Les activités de l'ANSEJ s'insèrent dans les points suivants :
- Soutenir, conseiller et accompagner les jeunes promoteurs dans le cadre de la mise en œuvre de leur projet d'investissement.
  - Gérer les aides et les bonifications des taux d'intérêts, dans la limite des enveloppes prévues.
  - 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.
  - Encourager toute forme d'actions et de mesures tendant à l'emploi de pré-embauche

### **3.2.4 L'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit (ANGEM)**

La promotion du micro crédit en Algérie a été réalisée à travers la création de l'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit.<sup>35</sup>

### **a. La présentation de l'ANGEM :**

Les pouvoirs publics ont mis en place le dispositif ANGEM suite au décret exécutif n° 04/14 du 22 janvier 2004. Ce dispositif a permis la création de plus de 150 000 activités dans différents secteurs.

### **b. La mission de l'ANGEM :**

L'Agence Nationale de la Gestion du Micro Crédit prend en charge le dispositif du micro crédit à travers l'accompagnement des bénéficiaires des prêts dans la création de leur micro projet. Aussi, elle prend en charge le montage financier des projets et la mise en œuvre des

---

<sup>35</sup> WWW.ANGEM.DZ

## **Chapitre II L'entrepreneuriat dans le secteur de tourisme en Algérie**

schémas de financement en concertation avec les banques.

### **c. Les activités de l'ANGEM :**

L'agence assure les activités suivantes :

- Soutenir, conseiller et accompagner les bénéficiaires du micro-crédit dans la mise en œuvre de leur activité.
- Assurer le suivi des activités réalisées par les bénéficiaires en veillant au respect des clauses des cahiers des charges qui les lient à l'agence.
- Assister les bénéficiaires du micro-crédit auprès des institutions et organismes concernés par la mise en œuvre de leurs projets

### **3.3 L'entrepreneuriat touristique :**

L'entrepreneuriat touristique un ensemble des entreprises liées à la création et l'exploitation des activités touristiques, qui activent dans le but de satisfaire les besoins des touristes, ces entreprises incluent outre les hôtels, les maisons d'hôtes, agence de voyage et tours opérateurs

L'entrepreneur touristique : est un individu qui crée une entreprise qui comprend certains éléments d'originalité pour la fourniture des produits et des services ou une nouvelle expérience pour les touristes.

#### **3.3.1 Les spécificités de l'entrepreneuriat touristique**

Définir l'entrepreneuriat touristique signifie l'explication de l'une de base de l'industrie touristique qui doit être reconnue comme un acteur économique à part entière, qui galvanise la création et la commercialisation des produits et des services touristique, en premier lieu, l'innovation l'emploi et l'attractivité des territoires au second. Malgré les recherches assez limitées sur l'entrepreneuriat, et l'esprit d'entreprise a un très faible niveau d'emploi.

Les chercheurs constatent qu'une image émergente des entrepreneurs n'est pas motivée seulement par le désir de maximiser le profit. Cette pensée conceptuelle, motive l'approche de

## **Chapitre II L'entrepreneuriat dans le secteur de tourisme en Algérie**

l'entrepreneuriat qui comprend les valeurs et les aspects culturels comme facteurs de réussite en plus du développement, des affaires et la croissance.<sup>36</sup>

### **3.3.2 Les caractéristiques de l'entrepreneur touristique**

L'entrepreneur touristique recèle certaines caractéristiques pour mener un projet touristique, telles que : les compétences, les aptitudes, la personnalité de l'entrepreneur touristique et ses valeurs.

- **Les compétences**

Les entrepreneurs touristiques doivent avoir certaines compétences et un ensemble des connaissances et d'expériences. Un entrepreneur doit maîtriser tout ce qui est en liaison avec son activité et mettre à jour ses compétences dans le but de bien répondre aux attentes des touristes, comme la maîtrise des nouvelles technologies d'information et de communication ainsi que le marketing.

- **Les aptitudes**

La plupart des entrepreneurs ont certaines aptitudes qui les rendent aptes à démarrer et exploiter une entreprise. Il s'agit de la bonne organisation, des compétences de communication et de leadership. Une bonne gouvernance permet à l'entrepreneur de bien déléguer les tâches à ses employés et mettre son entreprise dans l'ordre.

- **La personnalité de l'entrepreneur touristique**

La personnalité de l'entrepreneur est une caractéristique importante et déterminante dans le secteur de tourisme. Il doit être responsable et fiable, sortant, patient, enthousiaste et avoir le sens de l'humour.

### **3.4. L'entrepreneuriat touristique d'aujourd'hui :**

Le processus de création d'entreprises touristiques se poursuit toujours avec un rythme plus au moins lent en raison des obstacles entravant toute initiative d'entreprendre qui sont d'ordres bureaucratique, financier et foncier (les lourdeurs administratives qui concernent essentiellement l'accord de permis de construire et l'agrément pour les agences de voyages,

---

<sup>36</sup> Saboune L. (2013). Le rôle du territoire dans l'émergence de l'entrepreneuriat touristique cas de la commune de Tizirt. Mémoire de master développement local, tourisme et valorisation du patrimoine. UMMTO.

## Chapitre II L'entrepreneuriat dans le secteur de tourisme en Algérie

l'accès au foncier qui est livré à une spéculation et les difficultés d'accès au financement bancaire).

Ainsi, on assiste à une dynamique de création d'entreprises de tous genres après l'encouragement de l'investissement privé par des textes législatifs et les différents dispositifs de création d'entreprises (ANDI, ANSEJ, CALPI, CNAC ...). Le tissu économique devient alors une agglomération d'entreprises hétérogènes appartenant à plusieurs secteurs dont celui du tourisme qui reste relativement secondaire

La catégorie d'entrepreneurs de ce secteur est constituée dans son ensemble d'acteurs qui n'avaient, au départ, aucune relation avec l'activité touristique

Ce sont de simples porteurs de projets sans compétences particulières dans le tourisme. Il s'agit d'investisseurs locaux et quelques anciens émigrés en France revenus au pays attirés par le caractère lucratif de l'activité touristique (le secteur est poussé par une forte demande, essentiellement nationale, durant la saison estivale)

En effet, on assiste souvent à la reconversion d'un patrimoine (foncier, épargne, savoir-faire...) pour créer des entreprises touristiques. Rares sont les entrepreneurs qui jouissent d'un savoir-faire ou d'un diplôme dans le tourisme, ils sont plutôt attirés par le caractère lucratif de l'investissement touristique. La famille joue un rôle important dans la création et la reproduction de l'entreprise touristique. Souvent, les enfants héritiers reproduisent en l'agrandissant l'entreprise paternelle.

La région du Nord est fortement spécialisée dans le tourisme balnéaire, malgré la présence des ressources offrant la possibilité d'autres formes de tourisme. En raison du caractère saisonnier du tourisme balnéaire, l'activité de ces entreprises est beaucoup plus importante durant les trois mois d'été

La demande touristique reste massivement interne et saisonnière, La répartition des mouvements touristiques entre nationaux et étrangers est significative de la dominance du tourisme interne.

## Chapitre II L'entrepreneuriat dans le secteur de tourisme en Algérie

Concernant les hôtels, leurs prestations offertes se limitent essentiellement à l'hébergement et à la restauration qui représentent plus de 90 % de leur chiffre d'affaires<sup>37</sup>

L'animation se limite à son aspect ludique (soirées discothèques et artistiques) et, dans certains cas très rares, à quelques activités balnéaires (jet ski, pédalo, jeux pour enfants, etc.). Tous les hôtels souffrent d'un manque d'espaces d'animation (équipement sportif et de loisirs et programmes d'animation : activités sportives, excursions, jeux, concours, tournois, jeux de société,...).

Concernant la catégorie des restaurants touristiques, celle-ci n'a pas été enrichie en raison du non classement de certains restaurants qui mériteraient quelques étoiles. La classification des restaurants demeure une procédure lente et négligée par les propriétaires, soit par ignorance, soit par manque de motivation.

La région du sud est spécialisée dans le tourisme saharien. L'implication des Touaregs dans la chaîne de fabrication du produit touristique s'est faite au début à travers les métiers de chauffeurs, guides et cuisiniers. Cette implication leur a permis ensuite de s'engager dans une dynamique d'apprentissage (apprentissage sur le tas) pour maîtriser toute la chaîne de voyage. Ces compétences dans la fabrication du produit touristique saharien sont une nouvelle ressource spécifique (actif latent) que les acteurs locaux ont activée, après l'ouverture du secteur touristique sur l'investissement privé, pour créer leur propre entreprise touristique.<sup>38</sup>

Activation donnera lieu à la naissance de l'entrepreneuriat local dans le tourisme. C'est ainsi que la première entreprise touristique privée (agence de voyage) a vu le jour à Djanet au milieu des années 1980.

---

<sup>37</sup> Valorisation du patrimoine, tourisme et développement territorial en Algérie : Cas des régions de Bejaïa en Kabylie et de Djanet

<sup>38</sup> Doctorante, à l'université d'Oran, ; « L'ENTREPRENARIAT TOURISTIQUE ET LES MECANISMES DE SON SOUTIEN POUR LE DEVELOPPEMENT DU SECTEUR DU TOURISME. »

### Conclusion

L'entrepreneuriat est un concept à plusieurs dimensions, souvent associé à la création d'entreprises, de richesse et d'emplois, qui représente une source sine qua non à la croissance économique et sociale dans un pays et une solution au problème du chômage. Le tourisme est devenu, aujourd'hui, l'une des activités économique les plus importantes du monde, c'est un secteur stimulateur de l'économie a tous les niveaux, à la fois créateur l'emploi, pourvoyeur de devises, distributeur de richesses et prometteur des produits locaux, de telles caractéristiques font du tourisme une activité convoitée par tous les pays ayant compris rapidement les grands enjeux qu'elle présente. Le tourisme constitue un outil majeur des politiques économiques, le développement touristique en Algérie demeure dans un état embryonnaire malgré la présence d'un entrepreneuriat local porteur de projet. La présence de certains obstacle freinent ce processus et le rendent plus vulnérable.

**Chapitre III**  
**Présentation et Analyse des Résultats**  
**de l'enquête**

### **Chapitre III Présentation et Analyse des Résultats de l'enquête**

#### **Introduction :**

Après avoir fait une présentation l'entrepreneuriat et ses différentes typologies qui peuvent le décrire et une présentation le son acteur principale qui est l'entrepreneur et une vision de l'entrepreneuriat touristique en Algérie, nous avons consacré ce chapitre à la partie empirique de notre mémoire, cette expérience de recherche sur terrain, réalisé grâce à un questionnaire autours de l'acteur principale de l'acte entrepreneuriat, cette étude qui nous a produit des données sur des facteurs environnementaux financières et socio psychologique

Notre enquête vise à mettre en lumière les caractéristiques particulières de cet agent économique, présenter un profil de l'entrepreneur touristique en Algérie, plus précisément pourquoi il décide de s'engager dans l'acte entrepreneuriat ? Quelles sont les caractéristiques de son entreprise crée ? Quelles sont les principales contraintes rencontrées ? Autant d'interrogations à laquelle, ce chapitre essayi d'apporter des réponses. Le présent chapitre a pour objectif la présentation détaillée de la méthodologie utilisé, dans le cadre de ce travail, nous allons expliquer notre démarche concernant les objectifs de l'enquête et de son déroulement, la conception et le contenu du questionnaire l'échantillon étudié, la collecte des données ainsi que les principaux résultats trouvés.

## **Chapitre III Présentation et Analyse des Résultats de l'enquête**

### **Section 01 : Méthodologie et organisation de la recherche**

Pour le besoin de notre travail, nous avons mené une enquête sur le territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou à partir d'un échantillon de créateurs d'entreprises touristique.

#### **1-1.Objectif de l'enquête**

La création des richesses dans une société est le fruit du dynamisme et de la compétitivité de son tissu industriel dont la création d'entreprises touristique constitue l'élément fondamental de cette dernière.

Cette création d'entreprises touristique se base sur deux éléments importants : En premier, l'entrepreneur qui est considéré comme la clef de cette richesse grâce à son travail et à la décision de création. Il s'occupe de la mobilisation et l'allocation des ressources, la recherche d'opportunités, la recherche de la position la plus profitable pour son entreprise. Ensuite, le milieu dans lequel il a vécu plusieurs évènements, ce milieu influence l'action de l'entrepreneur que ce soit dans l'avènement de l'idée de création ou tout au long du cycle de vie de l'entreprise. En effet, l'environnement familial, professionnel ont un effet déterminant dans l'action de création.

Notre enquête vise à faire ressortir le profil des entrepreneurs touristique de la wilaya de Tizi-Ouzou, les caractéristiques de leur entreprise (taille de l'entreprise, source de financement), les motivations de ceux-ci pour le domaine de l'entrepreneuriat (les motivations à lancer une entreprise, les situations qui ont stimulé le processus de création de l'entreprise, les facteurs importants dans le choix de se lancer en affaires, les facteurs de succès des entrepreneurs...). Ainsi que nous allons présenter les principales contraintes entravant les entrepreneurs lors de la création d'entreprise.

#### **1-2-La taille de l'échantillon**

Pour établir une représentation plus proche de la réalité, il aurait été souhaitable d'utiliser la méthode des quotas qui consiste à respecter la proportionnalité des éléments constitutifs de l'échantillon. Comme nous ne pouvons pas assurer la représentativité équivalente de ce secteur, nous nous avons choisi un échantillon selon la technique non probabiliste, il est de

type échantillon de convenance ; appelé aussi échantillon de commandite. Ce choix s'explique essentiellement par le fait que l'échantillon a été constitué de façon à éviter les non réponses, réduire les coûts de l'enquête ainsi que ses détails. Notre choix de la dimension de cet échantillon s'appuie sur les critères suivants:

## Chapitre III Présentation et Analyse des Résultats de l'enquête

- La disponibilité des entrepreneurs à répondre à notre questionnaire
- La représentativité des entrepreneurs de secteur de tourisme existante

### 1-3 L'idée de questionnaire

Pour le besoin de notre enquête nous avons utilisé un questionnaire adressé aux chefs d'entreprises du secteur touristique ayant été à l'origine de la création de leur propre entreprises.

Le questionnaire a été élaboré dans le but de déterminer le profil de créateurs de l'entreprise, et afin de tester notre principale question étudiée dans la partie théorique.

#### **quels sont les profils des créateurs des entreprises touristique en Algérie ?**

Les suppositions qui nous ont guidés à son élaboration sont les suivants :

- Quels sont les raisons qui poussent les individus à se lancer dans l'aventure de la création d'entreprise?

-Est-ce que ils sont motivés par les logiques économiques ?

-Ou encore par des logiques sociales ?

- A quelles contraintes affrontent les entrepreneurs Algérienne lors de l'acte de création de leur entreprise ?

- Les questions portent essentiellement sur quatre phases :

-**Phase1** L'identification de l'entrepreneur

Cette premiers étapes a pour but d'identifier et présenter l'entrepreneur le propriétaire d'entreprise, les questions ont porté sur son profil, sexe, âge, niveau d'instruction, expérience professionnelle...etc.

- **Phase2** : Caractéristique de l'entreprise créée

Cette étape est réservée pour la détermination et l'identification de l'entreprise créée à savoir l'année de création, sa raison sociale, statut juridique, la structure de financement...etc.

- **Phase3** : Les motivations de l'entrepreneur à l'égard de création de son entreprise

Cette étape a pour but de voir les ambitions et les raisons réelles, ayant poussé l'entrepreneur à la création de son entreprise, et les facteurs qui sont à l'origine du choix des secteurs d'activité.

- **Phase4** : Les difficultés entravant la création d'entreprise

Cette dernière étape consiste à déterminer et cerner les différents problèmes et contraintes rencontrées par les entrepreneurs lors de création de leur entreprise

## Chapitre III Présentation et Analyse des Résultats de l'enquête

### 1-4-La formulation du questionnaire

Afin d'avoir le maximum des réponses, nous avons veillé à ce que les questions soient administrées de la manière la plus claire et la plus courte possible, nous avons essayé de mettre en place des questions de différents types. A savoir :

#### -Question fermées :à réponse unique.

Exemple :fiche signalétique ex : âge, sexe.

#### -Question fermée à choix multiple.

Exemple : fiche signalétique ex : niveau d'instruction.

#### - Question ouvertes : fiche signalétique exemple : (âge, niveau d'instruction

Les questions choisies assurent

- La clarté qui facilite la compréhension
- la neutralité qui n'influence pas les réponses
- La pertinence qui facilite la capacité des personnes.

### 1-5-Déroulement du questionnaire

L'enquête a été lancée au début de la fin de mois de novembre jusqu'à début de mois de décembre pour remplir le questionnaire nous avons suivis plusieurs méthodes, en premier temps, le questionnaire a été administré selon le type « face à face » nous nous sommes déplacés au niveau du siège des entreprises pour rencontrer personnellement les dirigeants et propriétaires des entreprises (non pas les gestionnaires) pour leur administrer le questionnaire cela nous a permis:

- Une crédibilité des données;
- Une bonne observation des attitudes et des comportements des interviewés ;
- La possibilité d'entretien.

### 1- 6-Traitement des questionnaires

Nous avons choisi un traitement informatisé pour un meilleur traitement des données, les questionnaires ont été vérifiés et codifiés pour constituer une banque de données à partir de laquelle des statistiques ont pu être opérées à l'aide du langage Microsoft Excel. En recensant les statistiques qui nous permettent d'analyser notre base des données à travers les tableaux de fréquence et enfin à faire sortir les résultats et réponses à propos des questions qu'on avait posées au départ

### Section 2 : Analyse des résultats de l'enquête

#### 2-1 La situation matrimoniale

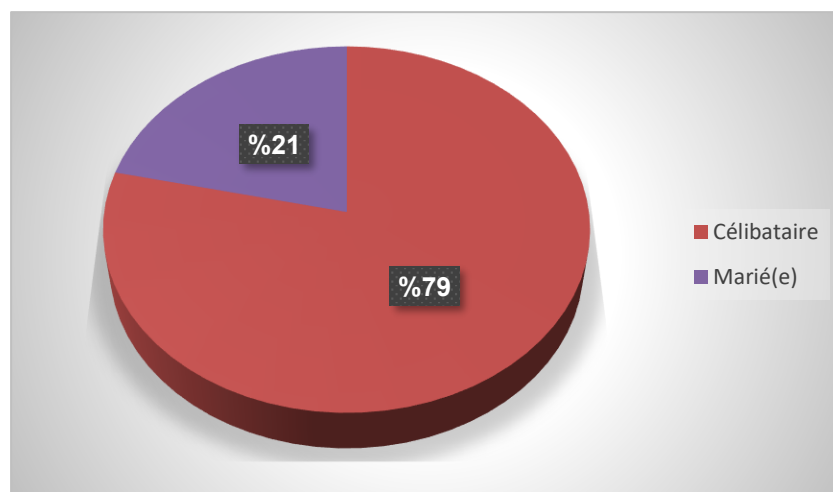
Pour ce résultat la réponse des entrepreneurs sur la question illustrée dans le tableau N°02 concerne leur situation matrimoniale d'où le taux le plus élevé est de 79 %.

**Tableaux N°02 : La situation matrimoniale**

Situation matrimoniale	Fréquence	Pourcentage %
Marié	03	21%
Célibataire	11	79%
Divorce	0	0%
TOTAL	14	100%

Source : résultats de notre enquête

Figure N°01 : La situation matrimoniale



Source : résultats de notre enquête

#### 2-2 L'âge des créateurs d'entreprises

Pour ce résultat, la réponse des entrepreneurs sur la question illustrée dans le tableau N°03 concerne leur âge actuellement d'où le taux le plus élevée et de 43% présenté par la catégorie d'âge (31-45) ans et avec 36% pour la tranche d'âge plus de 26-30 ans.

### Chapitre III Présentation et Analyse des Résultats de l'enquête

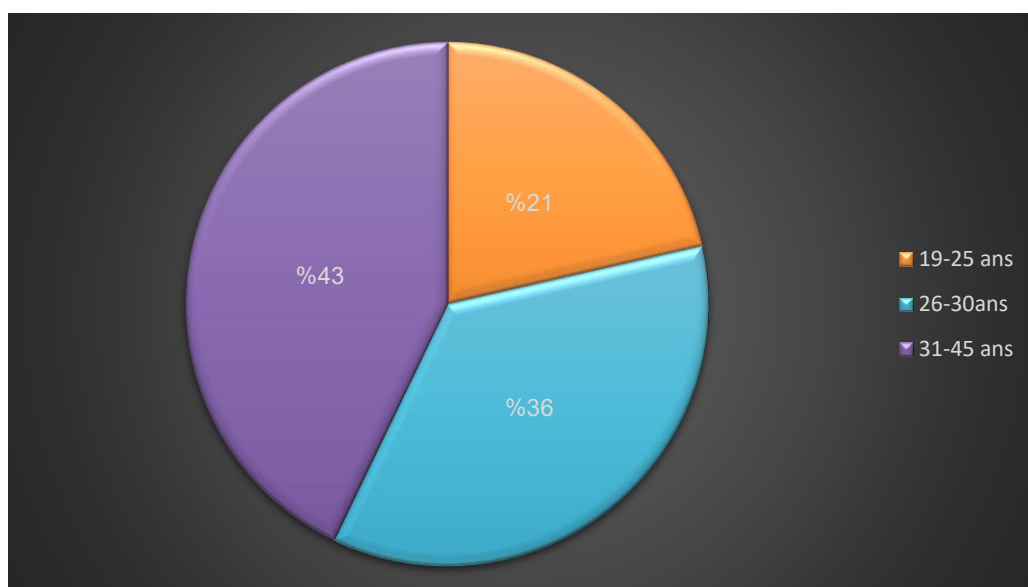
Tableau N°03 : L'âge des entrepreneurs

Age	Fréquence	Pourcentage (%)
Entre 19-25 ans	3	21%
Entre 26-30 ans	5	36%
Entre 31-45 ans	6	43%
Plus de 45 ans	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Source : résultats de notre enquête

A partir de ces données l'entrepreneur se lance dans la création : un l'âge mature après avoir acquis une certaine expérience professionnelle, et rassembler les capitaux nécessaires pour l'investissement, si non pour ceux qui s'introduisaient trop jeune dans le domaine entrepreneurial, qui font partie généralement du secteur artisanat, ou ceux qui ont bénéficié des différentes dispositifs mis en place par le gouvernement pour stimuler la création des entreprises.

Figure N°02 : L'âge des créateurs d'entreprises



Source : résultat de notre enquête

## Chapitre III Présentation et Analyse des Résultats de l'enquête

### 2-3 Niveau d'étude et formation professionnelle

Pour le parcours professionnelle, les études et formation suivies ont également une influence sur le choix du domaine d'activité ou investir et par la suite sur le mode de gestion de l'entreprise une fois mis en route, en effet, la formation et le niveau d'instruction de l'entrepreneur influence toujours sur le choix qu'il effectue en ce qui concerne l'activité, la dimension, le financement et le mode de gestion de l'entreprise sont des conditions nécessaires qui permettent de déboucher sur l'innovation en tous genre. Dimension, le financement et le mode de gestion de l'entreprise sont des conditions nécessaires qui permettent de déboucher sur l'innovation en tous genre.

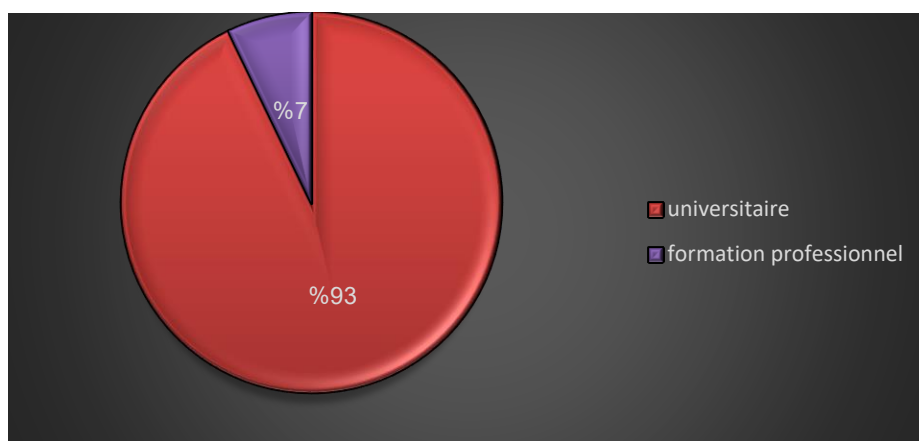
Constatons d'après ces résultats que la plupart des entrepreneurs, ont un niveau d'instruction de plus en plus élevé, cette situation peut être expliquée principalement par le chômage que les difficultés de trouver du travail pour les nouveaux diplômés de l'université c'est la raison pour laquelle ils préfèrent créer leur propre emploi et de s'engager dans la création de leur entreprise.

**Tableau N°04 : les niveaux d'instruction des entrepreneurs**

Niveau d'instruction	Fréquence	Pourcentage %
Formation professionnelle	1	7%
Moyen	0	0%
Secondaire	0	0%
Universitaire	13	93%
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

**Source :** résultat de notre enquête

Figure N°03 :les niveaux d'instruction des entrepreneurs



Source : résultat de notre enquête

Notons aussi que sur les 14 entrepreneurs enquêtés 7% d'entre eux ont effectué une formation professionnelle soit 93% en plus de leur niveau d'étude, cette formation Professionnelle était soit pour renforcer leurs études universitaires, soit pour avoir un métier

### .2-4-Secteur d'activité d'origine avant la création de l'entreprise

Lors de notre enquête et des entretiens avec les entrepreneurs, nous avons remarqué que dans leur majorité ils ont créé, leurs entreprise dans le même secteur dont lequel ils avaient précédemment exercé 71% (10 entrepreneurs du total enquête) signaler avoir travaillé et acquis suffisamment des compétences techniques dans le secteur touristiques même que celui ou 'ils ont créé leur entreprise contre 4 entrepreneur soit 29% qui ont pas travaillé dans le même secteur avant le lancement de l'entreprise.

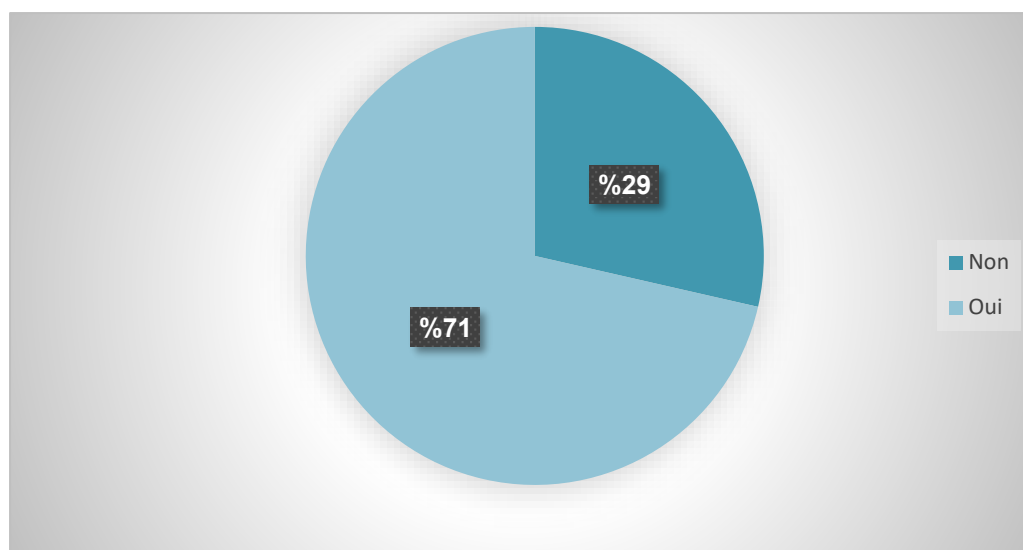
Tableau N°05 : La répartition de secteur d'activité d'origine avant le lancement de l'entreprise

Le secteur d'activité avant la création d'entreprise	OUI	NON
Pourcentage	71%	29%

Source : réalisé par nos soins à partir des résultats de l'enquête

### Chapitre III Présentation et Analyse des Résultats de l'enquête

Figure N°04 :La répartition de secteur d'activité d'origine avant le lancement de l'entreprise



Source : réalise par nos soins à partir des résultats

#### 2-5 Les services proposer au niveau de l'entreprise :

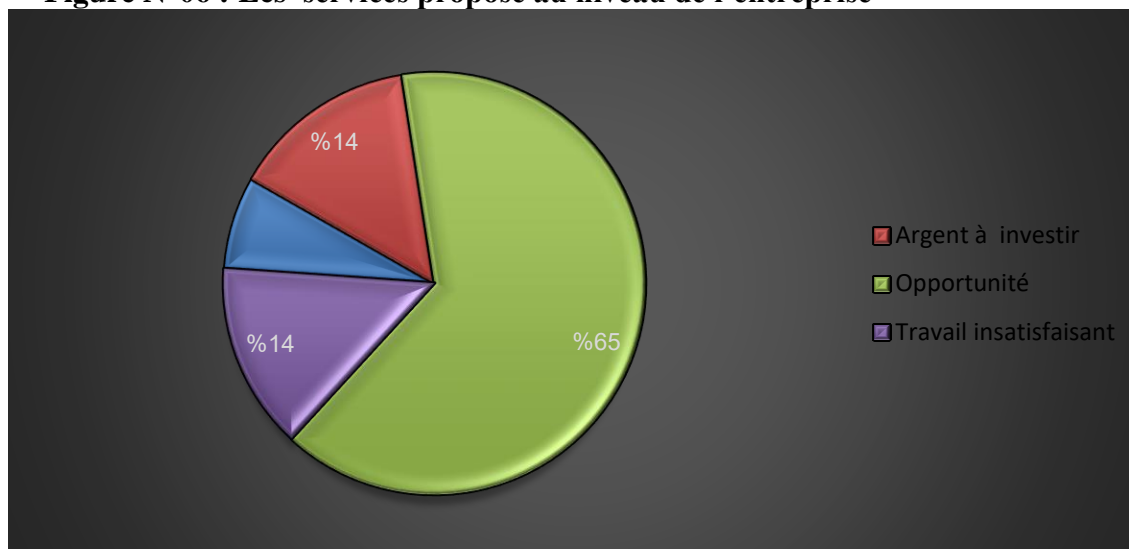
D'après notre enquête et des entretiens avec les entrepreneurs, nous avons remarqué que la majorité d'entre eux, ont créé leur entreprise (agence de voyage) à un but d'obtenir un salaire dans leur domaine. qui exerce un grand pourcentage de 50 % (7 entrepreneurs du total enquête) contre 5 entrepreneurs soit 36% qui ont pour sortie du chômage, et uniquement 1% pour existence des dispositifs facilitateurs à la création. Autre est à 1%.

Tableau N°06 :Les services proposé au niveau de l'entreprise :

Quels sont les services proposés au niveau de votre entreprise ?	Fréquence	Pourcentage %
Existence des dispositifs facilitateurs à la création	1	7%
Salair dans les domaines du tourisme	7	50%
Si Autres Précisez	1	7%
Sortir du chômage	5	36%
<b>TOTALE</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Source : réalise par nos soins à partir des résultats

**Figure N°06 : Les services proposé au niveau de l'entreprise**

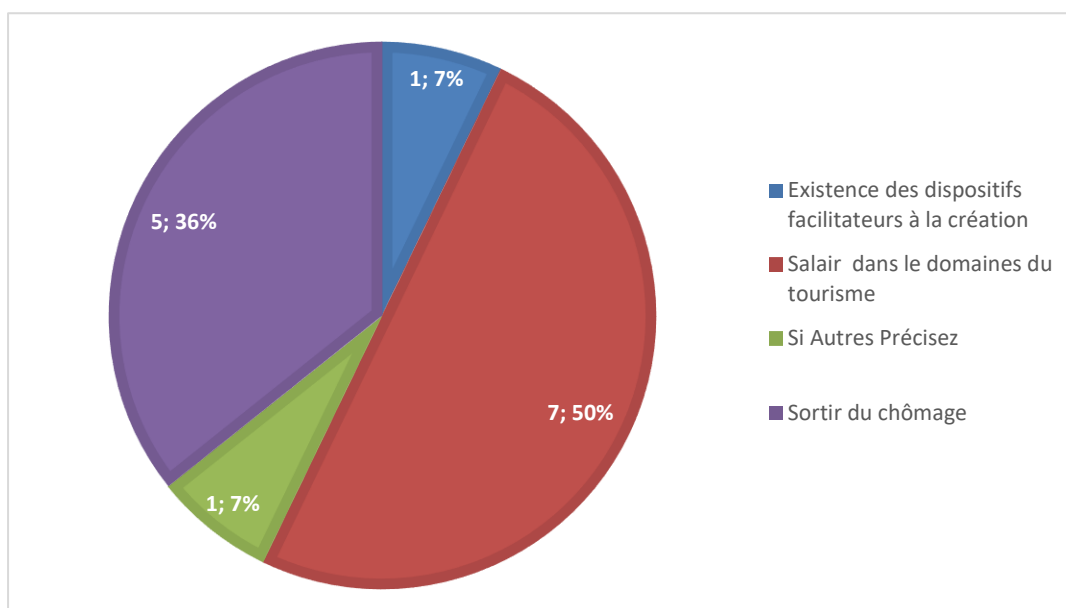


Source : réalise par nos soins à partir des résultats

#### 2-6 - Situations qui a déclenché le processus de création de l'entreprise

Les résultats illustrés par la figure N°07 indique que 21% des enquêtés soit 3 entrepreneurs ont lancé leurs entreprises par ce qu'ils avaient de l'argent à investir qui proviennent essentiellement de l'Epargne personnelle et de capitaux familiaux, d'autres enquêtées soit 2 entrepreneurs déclarent que le point de départ dans leur création soit 14% estiment que leur travail étaient insatisfaisant, c'est la raison pour laquelle ils ont décidé de créé leurs entreprises, 9 entrepreneurs soit 65% créé leur entreprises pour opportunités

**Figure N°07 : Situations qui a déclenché le processus de création de l'entreprise**



Source : réalise par nos soins à partir des résultats

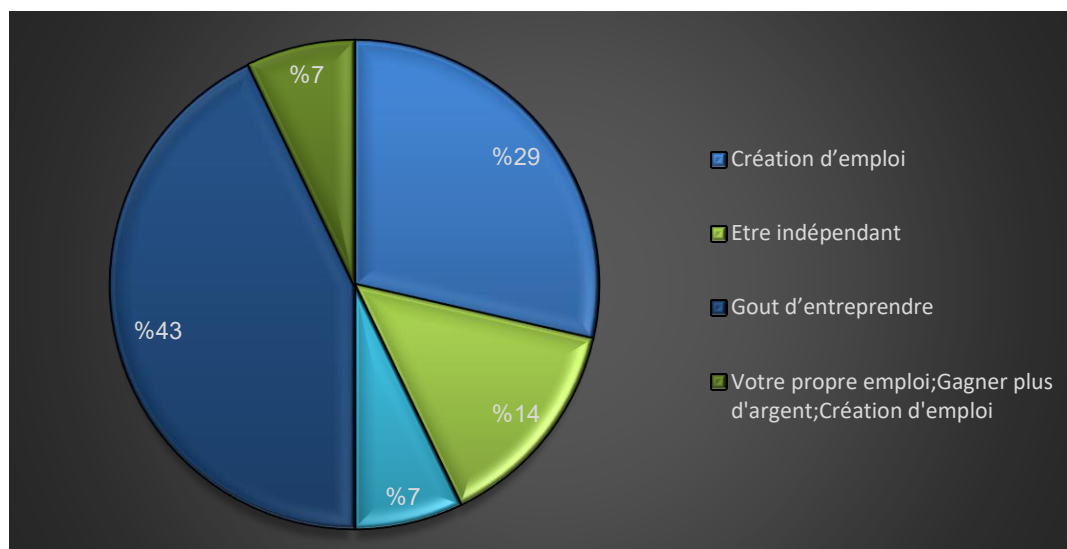
## Chapitre III Présentation et Analyse des Résultats de l'enquête

### 2-7- Principales motivations de l'entrepreneur

L'entrepreneur est généralement doté d'un fort sentiment d'indépendance et d'autonomie et un besoin d'être son propre chef, pour réaliser ces rêves et ambitions chose qui se confirme d'après les résultats de notre enquête, entrepreneurs 43% ont affirmé avoir créé leur entreprise dans le but d'entreprendre, ne subite aucune autorité et ne pas avoir des ordres d'un supérieur hiérarchique « *améliorer la situation familiale* » est citée en seconde lieu par but de création d'emploi et la réduction de chômage avec 29% en troisième position être Independent avec 14% après les trois PGC avec 7% pour chacune.

## Chapitre III Présentation et Analyse des Résultats de l'enquête

Figure N°08 : Principales motivations de l'entrepreneur



Source : réalise par nos soins à partir des résultats

### 2-8 Potentiel de marché :

Lors de notre enquête et des entretiens avec les entrepreneurs, nous avons remarqué que la plupart d'entre eux des idée sur le marché ou bien une étude de marché avant de lancer leur projet de il nous donne un grand pourcentage de 57% , et en deuxième viens expérience dans le domaine à 22% , après EE de 14% ; en fin en dernier le ECB De 7% .

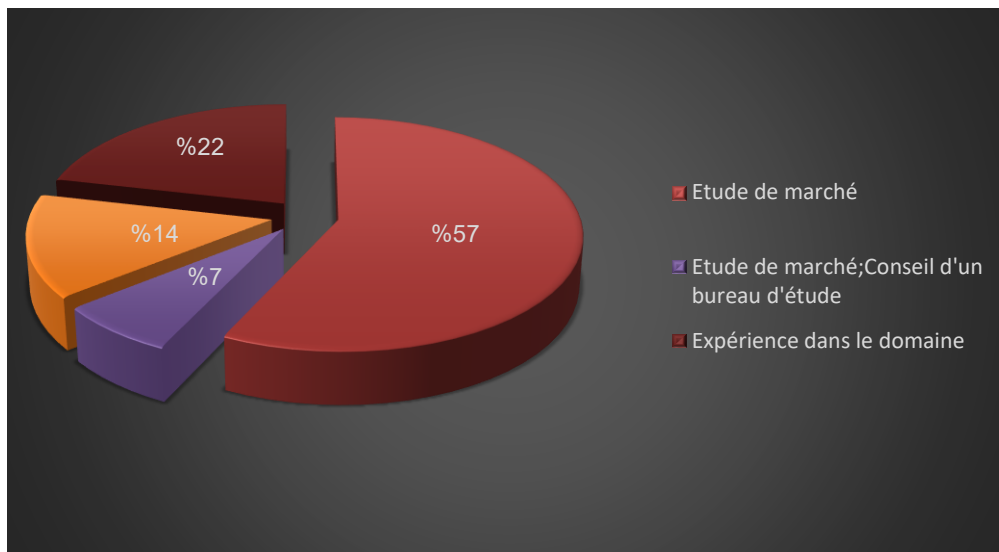
Tableau N°09 : Potentiel de marché

Avez-vous estime le potentiel de votre marché	Fréquence	Pourcentage
Etude de marché	8	57%
Etude de marché ; Conseil d'un bureau d'étude	1	7%
Etude de marché ; Expérience dans le domaine	2	14%
Expérience dans le domaine	3	22%
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Source : réalise par nos soins à partir des résultats

## Chapitre III Présentation et Analyse des Résultats de l'enquête

Figure N°08 : Potentiel de marché



Source : réalisée par nos soins à partir des résultats

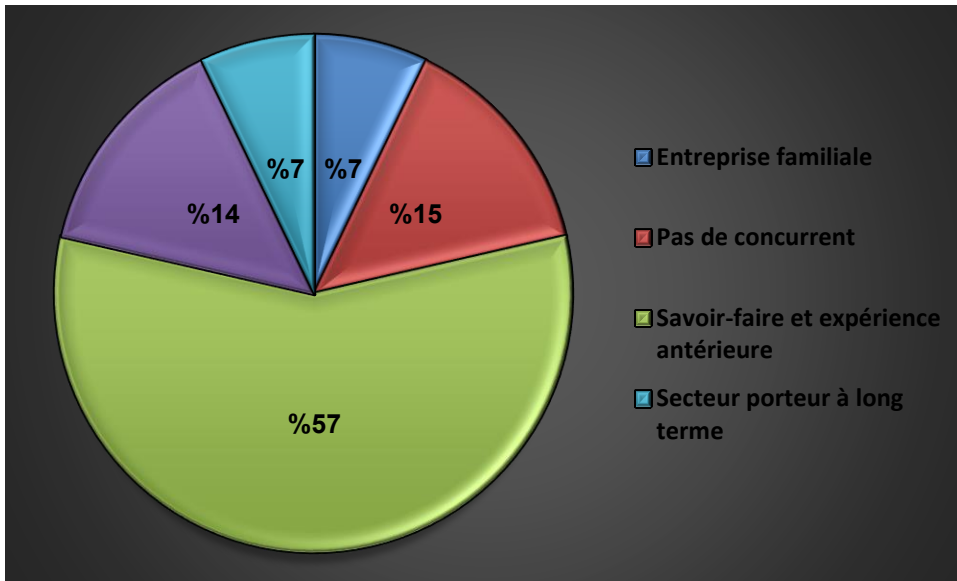
### 2-9 Facteurs qui ont aidé dans le choix de secteur d'activité :

La figure N° 10 présente les facteurs qui ont aidé les entrepreneurs à choisir le secteur d'activité, nous constatons que le facteur principal est l'existence du savoir-faire et d'expériences antérieures avec un taux de 57%.

15% des enquêtés ont affirmé que leur secteur d'activité n'a pas de concurrent, et par savoir-faire et expérience antérieure à un taux de 14%. De plus 7% des entrepreneurs pensent que leur choix est déterminé par le fait que le secteur d'activité porte à long terme. Les 7% du reste c'est des entreprises familiales.

### Chapitre III Présentation et Analyse des Résultats de l'enquête

**Figure N°10 :Facteurs qui ont aidé dans le choix de secteur d'activité**



Source : réalise par nos soins à partir des résultats

#### 2-10 Raisons contribuant au choix de dimension du projet :

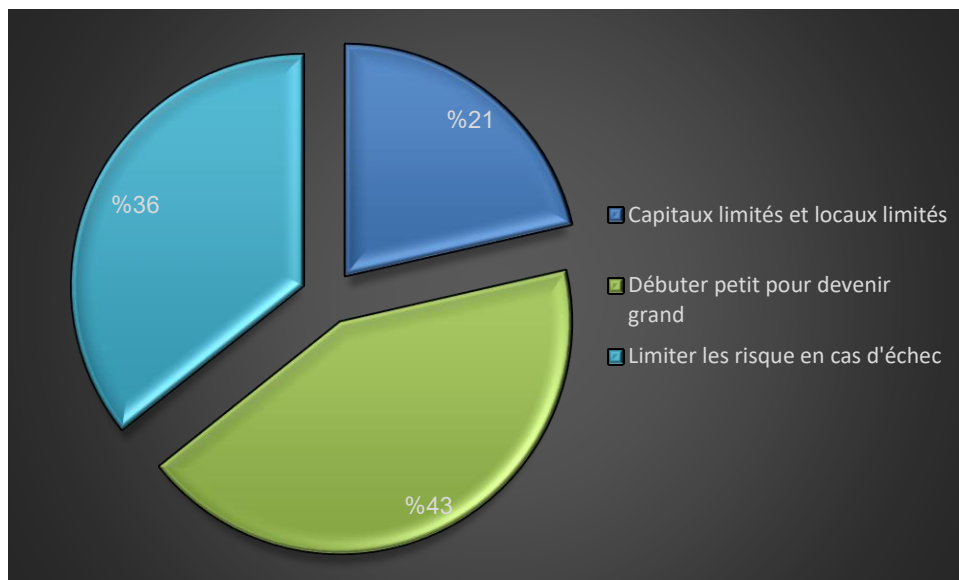
6 entrepreneur ont débuté leur projet afin qu'ils arrivent de petite entreprise au grande entreprise estimer d'un taux de 43%. Et 36% ont but de limité les risque d'échec, les 21% restent ont eu raison de capiteux limité et locaux limite.

**Tableau N°10 :Raisons contribuant au choix de dimension du projet**

Quelles sont les raisons qui ont contribué au choix de la dimension de votre projet ?	Fréquence	Pourcentage
Capitaux limités et locaux limités	3	21%
Débuter petit pour devenir grand	6	43%
Limiter les risque en cas d'échec	5	36%
Total	14	100%

Source : réalise par nos soins à partir des résultats

Figure N°11 :Raisons contribuant au choix de dimension du projet



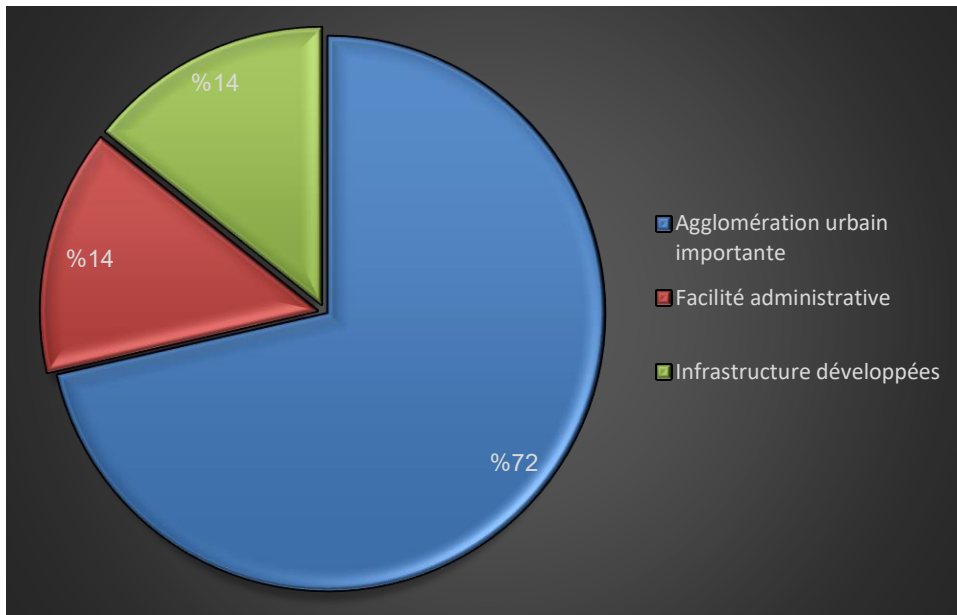
Source : réalisée par nos soins à partir des résultats

### 2-11 Opportunités environnementales favorisant la création

L'acte d'entreprendre n'est pas seulement lié aux caractéristiques de l'entrepreneur mais est également déterminé par les facteurs contextuels qui vont agir soit pour favoriser l'acte ou pour freiner le comportement et la propension entrepreneuriale.

De la figure N°12 nous pouvons voir que la proximité géographique est un élément stimulant la création d'entreprises pour d'autres, soit 72% des entrepreneurs ont localisé leurs activités dans les agglomérations urbaines, cela s'explique par les avantages qui se présentent au sein des agglomérations, selon les entrepreneurs enquêtés 14% explique par l'infrastructure développée mais aussi la facilitation administrative avec 14%.

Figure N°12 : Opportunités environnementales favorisant la création

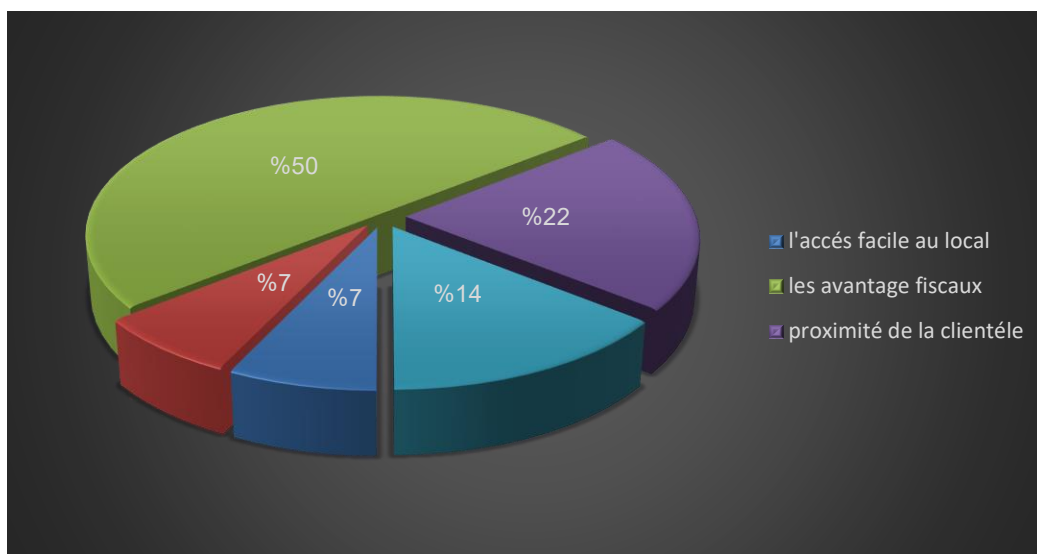


Source : réalise par nos soins à partir des résultats

**2-12 Dans votre choix de l'implantation de votre projet :**

La majorité des entrepreneurs leur but favoriser dans leur projet c'est la vision des avantages fiscaux à un taux de 50% de l'implantation de projet ;et qui ce suit de 22% pour la proximité de la clientèle ;en troisième ça vient en même temps proximité de la clientèle a 14%, après l'accès facile au local; proximité de la clientèle; proximité des fournisseurs a 7% .en dernier le reste est partagé 7% pour l'accès facile au locale .

Figure N°13 : le choix de l'implantation de l'activité



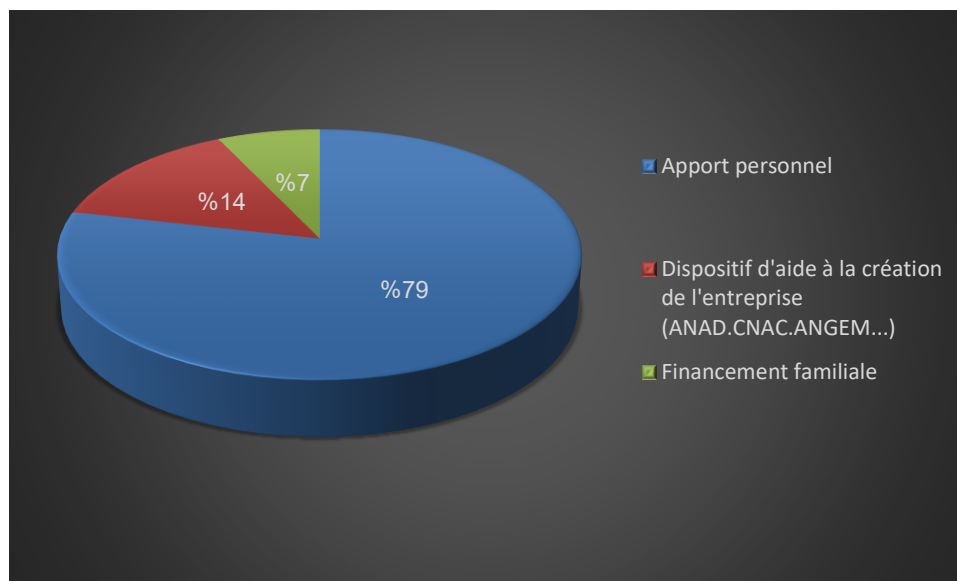
Source : réalise par nos soins à partir des résultats

## Chapitre III Présentation et Analyse des Résultats de l'enquête

### 2-13 Le financement du projet :

Selon les résultats de notre enquête, les capitaux initiaux investis, proviennent essentiellement de l'apport personnel soit 79 % en suite le dispositif d'aide de création des entreprises (ANAD.ANGM.CNAC...) 14% provient de après il vient la structure de financement familiale avec 7%.

Figure N°14 : Le financement du projet

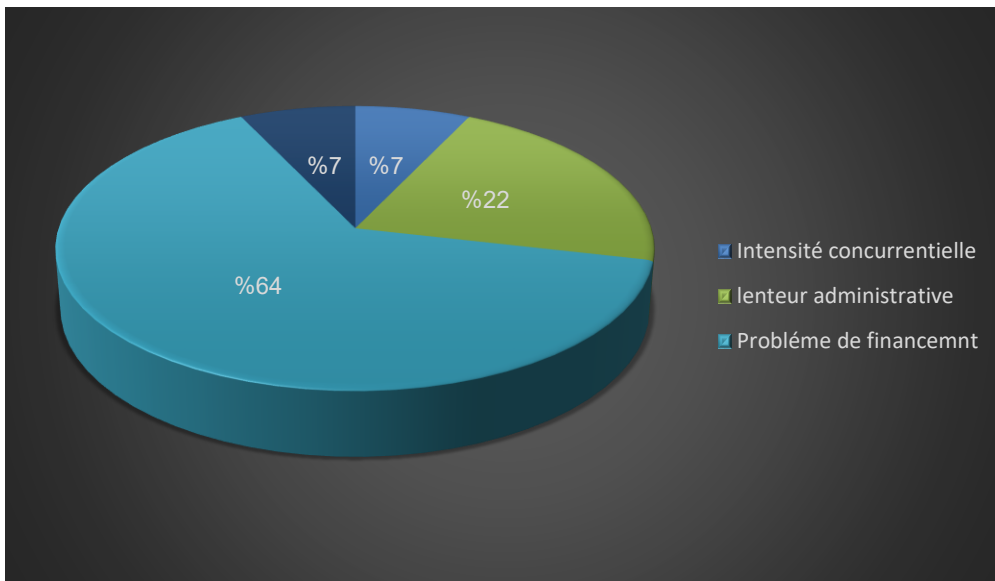


Source : réalisée par nos soins à partir des résultats

### 2-14 les principaux problèmes ayant entravé la réalisation du projet :

Après notre enquête avec les entrepreneurs nous avons constaté que la majorité des problèmes de la réalisation de leur projet est bien que le problème de financement qui à 64% .en suite lenteur administrative 22%. Après Intensité concurrentielle et lenteur administrative 7% pour chaque un

Figure N°15 :les principaux problèmes ayant entravé la réalisation du projet

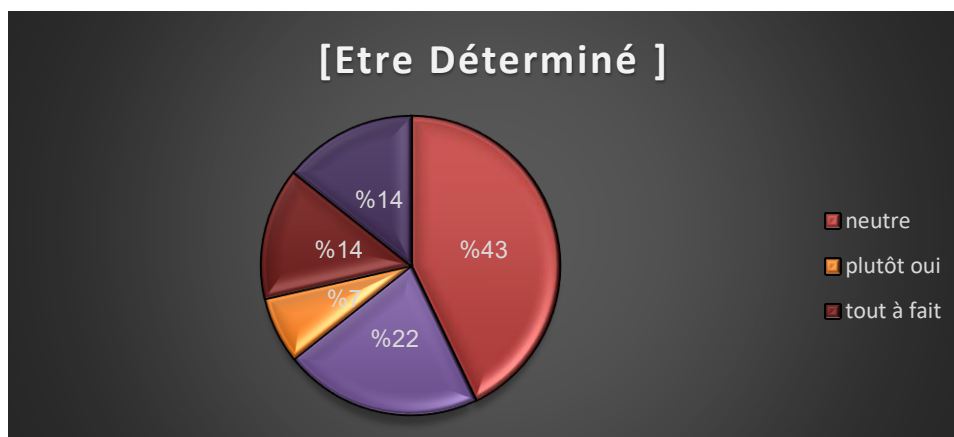


Source : réalise par nos soins à partir des résultats

### 2-15 Caractéristiques favorisant le succès des entrepreneurs dans le monde de l'affaire

-Etre déterminer le grand pourcentage 43% est neutre .22% plutôt oui .14% tout a fait 7% oui

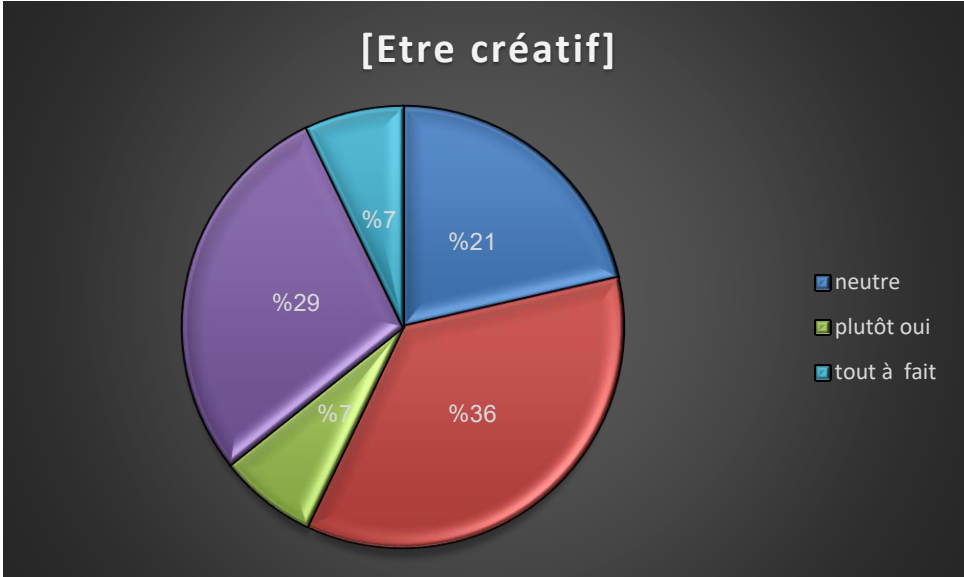
FIGURE N°1Etre déterminé



Source : réalise par nos soins à partir des résultats

-Etre créatif le plus grand pourcentage 36% est plutôt oui,29% tout a fait ,21 % neutre

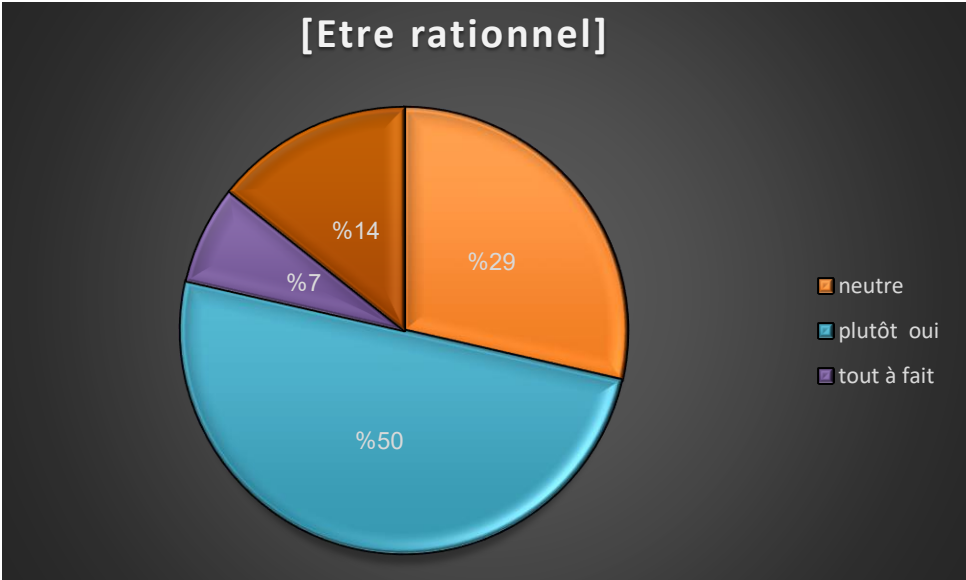
Figure N°2 Etre créatif



Source : réalise par nos soins à partir des résultats

-Etre rationnel le plus grand pourcentage 50% est plutôt oui,29% neutre ,14 % plutôt oui .7% tout à fait

Figure N°3 Etre rationnel



Source : réalise par nos soins à partir des résultats

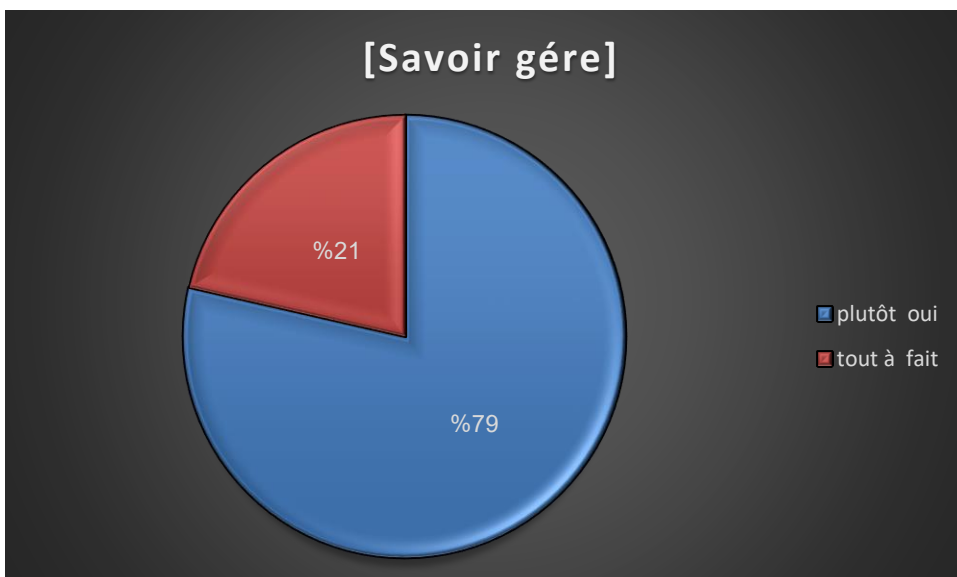
Figure N°4 Leadership



Source : réalise par nos soins à partir des résultats

- Leadership le plus grand pourcentage 57% est plutôt oui, 22% neutre, 21 % tout à fait

Figure N°5 Savoir gérer



Source : réalise par nos soins à partir des résultats

- Savoir gérer le plus grand pourcentage 79% est plutôt oui, 21 % tout à fait

### **Chapitre III Présentation et Analyse des Résultats de l'enquête**

#### **Conclusion**

A travers notre enquête, nous n'avons constaté que la plupart des entrepreneurs investie dans des secteurs offrant des taux de rentabilité élevée. Les entreprises enquêtées se caractérisent globalement par leur petite taille (très petite entreprise ou micro entreprise) grâce aux dispositifs d'appui, elles sont nouvellement créés, ou le nombre le plus élevé était entre l'année (2019) avec un taux de 80%. Leur forme juridique dominante est l'entreprise individuelle

Il ressort de cette enquête que la plupart des entrepreneurs ont une forte volonté de créer leur propre emploi et la volonté d'être le chef de son entreprise. Cette caractéristique est considérée comme le motif le plus motivant pour se lancer en affaire. Il y a lieu de préciser que les caractéristiques les plus importantes pour réussir en affaires est de savoir gérer et d'être créatif

# **Conclusion générale**

## Conclusion générale

Tout au long de ce travail, nous avons essayé d'apporter des réponses à notre question principale à savoir : quels sont les profils des créateurs des entreprises touristiques en grosse modo et en Algérie particulier ? Nous avons identifié et caractérisé l'entrepreneur touristique des willaya de Tizi-Ouzou à partir des résultats de l'enquête que nous avons réalisé auprès d'un échantillon de 15 entrepreneurs touristique de cette zone. Plus précisément, nous les avons interrogés sur les profits personnels, l'origine sociale, la trajectoire professionnelle, les aspects cognitifs et affectifs susceptibles de conditionner leur cheminement et leur prises de décisions, leur motivations et les déterminants de leurs actions et enfin les principales contraintes entravant leurs actes de création.

Ce travail nous a permis de mettre en relief les principales caractéristiques des jeunes entrepreneurs algériens adhérents à l'entreprise, aussi de connaître leurs principales motivations quant à la création de leur entreprise. Par ailleurs, nous avons établi une liste non exhaustive des principales contraintes et freins que rencontrent ces entrepreneurs dans leur parcours de création d'entreprise.

Pour ce faire, nous avons élaboré un éclairage théorique sur le concept d'entrepreneuriat et celui de l'entrepreneur dont le but d'expliquer la dynamique entrepreneurial. Dans le premiers chapitre nous avons développés les aspects ayant traits au concept de l'entrepreneuriat, notamment les définitions de l'entrepreneuriat, les aspects liés à l'entrepreneur, entre autre les approches de l'entrepreneur et ses typologies. Enfin, l'entrepreneur acteur principale de l'entrepreneuriat Le quatrième chapitre était dédié à une odyssée sur l'entrepreneuriat touristique en Algérie, ainsi qu'une présentation des dispositif d'aide a la création des entreprises touristique Enfin, le dernier chapitre présentait les étapes de notre étude sur le profil des créateurs des entreprises touristique dans la willaya de Tizi Ouzou ( agence de voyage )

L'entrepreneuriat est la fonction d'une personne qui mobilise et gère des ressources humaines et matérielles pour créer, développer et implanter des entreprises l'entrepreneuriat est l'initiative portée par un individu, l'entrepreneur, construisant ou saisissant une opportunité d'affaires, dont le profit n'est pas forcément d'ordre pécuniaire, par l'impulsion d'une organisation pouvant faire naître une ou plusieurs entités, et créant de la valeur nouvelle, pour des parties prenantes auxquelles le projet s'adresse Il ressort de notre enquête que les entrepreneurs sont en majorité écrasante des hommes, ayant un âge mûr entre 19ans et 45ans, dans la plupart des cas, ils sont des jeunes entrepreneurs célibataire et à la fois propriétaire et gérants de leurs entreprises

D'une manière générale, la pluparts des entreprises de notre échantillon ont été créé à partir des années, 2017. La forme juridique dominante est l'entreprise individuelle. De plus, nous n'avons constaté que la plupart des entrepreneurs investie essentiellement dans le secteur de tourisme, car c'est un secteur de porteur a long terme, dans lesquels ils possèdent de savoir-

## Conclusion générale

faire et d'expériences antérieures Il ressort également de notre étude que le niveau d'étude des entrepreneurs est élevé pour la totalité, ils ont effectué des études universitaires. Ils ont déclaré avoir acquis suffisamment d'expériences et de savoir-faire dans le même secteur que celui où ils ont créé leur entreprise. Cette dynamique du secteur de tourisme, d'après notre échantillon, est due pour une large part à la disponibilité des moyennes de financement (apport personnel et dispositif d'aide à la création des entreprises) qui permet aux entrepreneurs de se lancer en affaire.

Notre étude montre aussi que les enquêtés sont motivés, principalement dans leur acte entrepreneurial par la création de l'emploi, dont la caractéristique la plus importante pour réussir en affaires est d'être créatif et déterminant à la fois et avoir de une forte personnalité pur être meilleur dans son domaine d'activité. En ce qui concerne le choix de l'implantation de leur projet l'échantillon révèle une forte concentration spatiale des entreprises enquêtées au niveau des proximités de la clientèle ou par rapport à les avantages fiscaux pour faciliter leur activistes dans le secteur du tourisme. À travers notre enquête, la plupart des entrepreneurs enquêtés ont choisi de commencer à zéro et de devenir grand avec le temps ainsi les principales motivations à créer leur entreprises à savoir la volonté d'être indépendant, le goût d'entreprendre et avant tout cela ces jeunes entrepreneurs visant à mesurer, analyser et estimer le potentiel de leur marché à travers une étude de marché et avec leur expériences dans le domaine.

Le jeune entrepreneur algérien se trouve face à des difficultés, plus au moins pénibles à surpasser depuis la création jusqu'au développement de son entreprise. Les contraintes sont synthétisées dans les points suivants l'accès au financement, notamment à moyen et à long terme, ce qui les bloque pour investir et se développer. L'accès aux sources de financement est particulièrement difficile pour les entreprises qui ne disposent pas de garanties suffisantes. L'un des problèmes les plus importants rencontrés par les petites entreprises algériennes au cours de chaque étape du processus de la création au développement, est celui de la complexité des démarches administratives.

L'entrepreneuriat des jeunes universitaires doit être envisagé comme un apprentissage à l'approche du projet, et non pas une approche purement académique. En effet, un junior entrepreneur doit être capable d'identifier les besoins, déterminer des objectifs, trouver des partenaires, réaliser un rétro-planning pour créer une entreprise. Les entrepreneurs présentaient chacun une histoire et un parcours particulier. Il y'a ceux qui ont choisi d'être entrepreneurs par la force du destin, d'autres par passion pour l'esprit d'entreprendre, et d'autres encore par héritage de père en fils. Ces entrepreneurs ont tous un point commun, c'est leur ardeur, ambition et passion pour leur projet entrepreneurial, ainsi que leur conviction personnelle de réussir à imposer leur entreprise dans l'économie algérienne, malgré les obstacles.

## **La liste des tableaux**

**Tableau 01** : synthèse des écoles entrepreneuriales

**Tableau 02** : les formes de l'entrepreneuriat

**Tableau 03** : la définition de l'entrepreneur selon les écoles de pensée

**Tableau 04** : typologies d'entrepreneurs

**Tableau 05** : les zones d'expansion touristiques en Algérie

**Tableau 06** : la situation matrimoniale

**Tableau 07** : l'âge des entrepreneurs

**Tableau 08** : les niveaux d'instruction de l'entrepreneur

**Tableau 09** : la répartition des secteurs d'activités avant le lancement de l'entreprise

**Tableau 10** : les services propose au niveau de l'entreprise

**Tableau 11** : le potentiel du marche

**Tableau 12** : raison contribuant au choix de la dimension du projet

## Liste des figures

Figure 01 : l'évolution du nombre de touriste (1990 a 2000).....	52
Figure 02 : la situation matrimoniale .....	69
Figure 03 : l'âge des créateurs des entreprises .....	70
Figure 04 : les niveaux d'instruction des entrepreneurs .....	72
Figure 05 : la répartition de secteur d'origine avant le lancement de l'entreprise .....	73
Figure 06 : les services proposer au niveau de l'entreprise .....	74
Figure07 : la situation qui a déclenché le processus de création de l'entreprise .....	75
Figure 08 : les motivations de l'entrepreneure .....	76
Figure 09 : le potentiel de marche .....	77
Figure 10 : les facteurs qui ont aide dans le choix du secteur .....	78
Figure 11 : raisons contribuant au choix de dimension du projet ...	79
Figure 12 : opportunités environnementales favorisant la création..	80

# Bibliographie

## Ouvrages

- Georges Cazes,, Le tourisme international Mirage ou Stratégie d'avenir, Edition HATEIR, 1989
- François Vellas, « Economie et politique du tourisme international », Économie, (2002), p. 94
- Guibilato-Gerard,, Economie touristique, édition Delta & SPES.(1983), p. 91
- Gabriel WACKERMAN : TOURISME, Encyclopédie UNIVERSALIS, 1999.

## Thèses et Mémoires

- Saboune L. (2013). Le rôle du territoire dans l'émergence de l'entrepreneuriat touristique cas de la commune de Tigzirt. Mémoire de master développement local, tourisme et valorisation du patrimoine. UMMTO.
- Valorisation du patrimoine, tourisme et développement territorial en Algérie : Cas des régions de Bejaïa en Kabylie et de Djanet
- Doctorante, à l'université d'Oran, ; « L'ENTREPRENARIAT TOURISTIQUE ET LES MECANISMES DE SON SOUTIEN POUR LE DEVELOPPEMENT DU SECTEUR DU TOURISME.»
- mémoire, Littoral jijelien , entre impératifs du développement touristique et préoccupation environnementale
- Gabriel WACKERMAN : TOURISME, Encyclopédie UNIVERSALIS, 1999.
- MEMOIRE : VERS UNE DEMARCHE ECOLOGIQUE POUR UN TOURISME DURABLE UNIVERSITE GULMA 2017
- MEMOIRE MAGISTERE, COMPLEXE TOURISTIQUE MARSAT BEN MHIDI TAREF. 2013
- L'intention entrepreneuriale ,thèse pour le doctorant en sciences de gestion , universités de Rouen 2003

- Entreprenariat et création d'entreprises M.Belattraf ,FSEGC université de Bejaia
- Thèse de doctorat ,nouveau régimes sciences de gestion de l'université de Nancy 2 (2007) de Malek Bourguiba « de l'intention a l'action entreprenariat »

## Sites et liens

- <http://affiliatemembers.unwto.org/fr/content/who-are-unwto-affiliate-members>
- <https://www.unwto.org/fr/onu-tourisme-actualites-n-14-le-tourisme-repart%2C-notre-responsabilite-demeure>
- [WWW.CNAC.DZ](http://WWW.CNAC.DZ)
- [WWW.ANSEJ.DZ](http://WWW.ANSEJ.DZ)
- [WWW.ANGEM.DZ](http://WWW.ANGEM.DZ)
- [www. andi .dz](http://www.andi.dz)

# **Annexes**

**Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou**  
**Faculté des sciences Économiques, Commerciales et science de**  
**Gestion**  
**Département des sciences commerciales**

Questionnaire adressé aux créateurs d'entreprises touristique  
Dans le cadre de notre cursus universitaire, deuxième cycle de la spécialité  
Marketing Hôtelier et Touristique, nous avons élaborés une enquête par  
questionnaire adressé aux créateurs d'entreprise touristique

Cette enquête effectuée dans le cadre d'une étude sur le profils des créateurs des  
entreprises touristique et plus précieusement les créateurs des agences de voyage  
dans la willaya de Tiz Ouzou

---

\*Obligatoire

**1. Etes-vous \***

- homme  
 femme

**2. SITUATION MATRIMONIAL \***

- Célibataire  
 Marié(e)  
 Divorcé

**3. Age \***

- 19-25ans  
 26-30ans  
 31-45 ans  
 plus de 45

**4. niveau scolaire \***

- primaire moyen  
 secondaire  
 université  
 Formation professionnel

5. **Avez-vous déjà travaillé dans le même secteur d'activité avant de lancer votre entreprise ? \***

Oui

Non

6. **Quels sont les services proposés au niveau de votre entreprise ? \***

*Plusieurs réponses possibles.*

Sortir du chômage

Existence des dispositifs facilitateurs à la

création Salair dans le domaines du tourisme

Si Autres Précisez

7. **Quelles sont les situations qui ont déclenché le processus de la création de votre entreprise ?\***

*Plusieurs réponses possibles.*

Argent à

investir Travail

insatisfaisant

Opportunité

8. **Qu'est ce qui vous a motivé à créer votre entreprise ? \***

*Plusieurs réponses possibles.*

Votre propre emploi

Gout d'entreprendre

Etre indépendant

Investir des capitaux existants Dispositifs

de crédit de financement

- Gagner plus d'argent
- Création d'emploi

9. **Avez-vous estimez le potentiel de votre marché \***

*Plusieurs réponses possibles.*

- Etude de marché
- Expérience dans le domaine
- Des information collecté sur internet et autre source documentaire
- Conseil d'un bureau d'étude

10. **Quels sont les facteurs qui vous ont aidé dans le choix de votre secteur d'activité ?**

*Plusieurs réponses possibles.*

- Savoir-faire et expérience antérieure
- Un fort taux de rentabilité
- Secteur porteur à long terme
- Entreprise familiale
- Pas concurrent
- \_\_\_\_\_  
Autre

11. **Quelles sont les raisons qui ont contribué au choix de la dimension de votre projet ? \***

*Plusieurs réponses possibles.*

- Capitaux limités et locaux limités
- Limiter les risque en cas d'échec
- Débuter petit pour devenir grand
- Autre :  \_\_\_\_\_

**12. Quelles sont les opportunités environnementales qui ont favorisé la décision de créer votre entreprise ? \***

*Plusieurs réponses possibles.*

- Agglomération urbain
- importante Avantage fiscaux
- Infrastructure
- développées Facilité administrative

Autre :  \_\_\_\_\_

**13. Dans votre choix de l'implantation de votre projet \***

*Plusieurs réponses possibles.*

- les avantage fiscaux
- l'accès facile au
- local proximité de la
- clientèle proximité des fournisseur

Autre :  \_\_\_\_\_

**14. Le projet a été financé par : \***

*Plusieurs réponses possibles.*

- Apport personnel
- Financement bancaire
- Dispositif d'aide à la création de l'entreprise
- (ANAD.CNAC.ANGEM...) Financement familiale

**15. Quels sont les principaux problèmes ayant entravé la réalisation de votre projet**

*Plusieurs réponses possibles.*

- Problèmes de financement
- lenteur administrative
- Accès au crédit bancaire
- Méconnaissances des démarches administratives de
- création Accès du local
- La crédibilité vis à vis des fournisseur
- Intensité concurrentielle
- Maitrise des technologies de l'information (internet)

**16. Selon vous, lesquelles des caractéristiques suivantes ont une plus grande importance dans le monde des affaires? \***

*Plusieurs réponses possibles.*

	pas du tout	plutôt non	neutre	plutôt oui	tout à fait
Etre déterminé	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Etre créatif	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Etre Rationnel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Etre leadership	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Merci pour votre aimable collaboration, et votre participation

## Table des matières

Remerciements	
Dédicaces	
Sommaire	
Liste des abréviations	
Introduction générale-----	07
Chapitre I : Généralité sur l’entrepreneuriat et l’entrepreneur -----	08
Introduction-----	08
Section01 : cadre conceptuel et théorique de l’entrepreneuriat -----	08
1-1-Définition de l’entrepreneuriat -----	08
1-1-1 selon l’école des caractéristiques psychologiques -----	08
1-1-2 selon l’école de management -----	09
1-1-3 selon l’école du leadership -----	.09
1-2 les conceptions de entrepreneuriat-----	11
1-2-1 l’entrepreneuriat comme un processus d’émergence organisationnelle -----	11
1-2-2 l’entrepreneuriat comme processus de création de valeur -----	11
1-2-3 L’entrepreneuriat comme processus d’innovation -----	12
1-3 les approches théoriques de l’entrepreneuriat -----	12
1-3-1 l’approche trait -----	12
1-3-2 l’approche cognitive -----	
13-----	
1-4 les formes de l’entrepreneuriat -----	13
1-4-1 création pure d’entreprise -----	14
1-4-2 reprise d’entreprise -----	
14-----	

1-4-3 développement et croissance d'une entreprise -----	14
1-5 l'importance de l'entrepreneuriat -----	15
1-5-1 entrepreneuriat et croissance économique -----	15
1-5-2 entrepreneuriat et création d'emploi -----	15
1-5-3 entrepreneuriat et renouvellement du parc de l'entreprise -----	15
1-6 les différentes typologies d'entrepreneuriat -----	15
1-6-1 typologies selon Iorrain et Dussault -----	15
1-6-2 typologie selon Boutillier -----	16
1-6-3 Typologie selon Chesnay -----	16
1-6-4 Typologie selon D-Uzunidis -----	16
1-6-5 Typologie selon Miles et Snow -----	17
1-7 les étapes de la création de l'entreprise -----	18
1-7-1 évaluation de l'opportunité de la création de l'entreprise -----	18
1-7-2 conception et formulation du projet de la création-----	18
1-7-3 Montage juridique et financement du projet -----	19
1-7-4 Le lancement des activités-----	19
1-8 les déterminants et les facteurs déclenchement l'esprit de l'entreprise -----	19
1-8-1 les déterminants de la création de l'entreprise -----	19
1-8-1-1 caractéristiques individuelle -----	19
1-8-2 la situation sur le marché de l'emploi -----	21
1-8-3 importance du niveau de qualification -----	21
1-8-4 les déterminants environnementaux -----	21
1-8-5 Les facteurs d'éclanche l'esprit d'entrepris -----	22
Section 02 : l'entrepreneur ,principale acteur de l'entrepreneuriat 23	

2-1 Définition de l'entrepreneur et ses caractéristique -----	24
2-1-1 définition de l'entrepreneur -----	25
2-1-1 Caractéristiques de l'entrepreneur -----	26
2-2 les typologies de l'entrepreneur -----	28
2-3 les objectifs de l'entrepreneurs -----	31
2-3-1 La satisfaction des clients et la qualités -----	31
2-3-2 L'indépendance financière -----	32
2-3-3 La croissance du CA et la croissance des bénéfices -----	32
2-3-4 l'entrepreneur et le respect des normés sociales -----	32
Conclusion -----	34
Chapitre 2 : l'entrepreneuriat dans le secteur de tourisme en Algérie -----	36
Introduction	
Section 01 : introduction au secteur de tourisme -----	36
Définition du tourisme -----	37
1-2 Les caractéristiques du tourisme -----	37
1-3 Les types et forme du tourisme -----	38
1-3-1 tourisme balnéaire -----	38
1-3-2 tourisme culturel -----	38
1-3-3 tourisme de congrées et d'affaires -----	38
1-3-4 tourisme de sante et de bien être -----	38
1-3-5 tourisme de loisirs ----- 38-----	
- 3-6 tourisimes sportifs -----	38
1-3-7 tourisme urbain -----	38
1-3-8 tourisme climatique ou rural -----	39

1-3-9 tourisme saharien -----	39
1-3-10 tourisme interne	
1-3-11 tourisme récepteur -----	39
1-3-12 tourisme émetteur -----	39
1-4 le rôle du tourisme -----	40
1-4-1 le rôle social -----	40
1-4-2 le rôle culturel -----	40
1-4-3 le rôle économique -----	40
1-4-4 le rôle politique -----	40
1-5 les acteurs du secteur touristique -----	41
1-5-1 les acteurs institutionnels du tourisme -----	41
A – le ministère et la direction du tourisme -----	41
B – les offices de tourisme -----	41
1-5-2 les tours operateurs (TO) -----	42
1-5-3 les agences de voyages -----	43
1-5-4 l’organisation mondiale du tourisme -----	43
1-5-5 le transport -----	44
1-5-6 l’hébergement -----	44
1-5-7 la restauration -----	44
1-5-8 les associations touristiques -----	45
1-5-9 l’animation -----	45
Section 02 : le tourisme en Algérie -----	47
2-1 le potentiel touristique algérien -----	47
2-1-1 gisement naturel -----	48
2-1-2 le thermalisme -----	48

2-1-3 gisement culturel -----	48
2-1-4 l'artisanat -----	48
2-1-5 infrastructures de transport -----	48
2-2 les zones d'expansion touristique-----	49
2-2-1 Définition des ZET -----	50
2-2-2 Différents types des ZET -----	50
Section 03 : l'entrepreneuriat touristique en Algérie-----	52
3-1 la création d'entreprise touristique -----	52
Emergence de la création d'entreprise en Algérie -----	53
3-2 les structures d'accompagnent de la création d'entreprise en Algérie -----	55
3-2-1 ANDI -----	55
3-2-2 CNAC -----	56
3-2-3 ANSEJ -----	57
3-2-4 ANGEM -----	58
3-3 l'entrepreneuriat touristique -----	59
3-3-1 les spécificités de l'entrepreneuriat touristique -----	59
3-3-2 les caractéristiques de l'entrepreneur touristique -----	60
3-4 l'entrepreneuriat touristique d'aujourd'hui -----	60
Conclusion	
Chapitre III :Présentation et analyse des résultats de l'enquête -----	63
Introduction-----	63
Section 01 : Méthodologie et organisation de la recherche -----	66
1-1 Objectif de l'enquête -----	66
1-2 La taille de l'enchantions -----	66
1-3 L'idée de questionnaire -----	67
1-4 La formulation du questionnaire -----	68
1-5 Déroulement du questionnaire -----	68
1-6 Le traitement des question -----	68

Section 02 : analyse des résultat de l'enquête -----	69
2-1 la situation matrimoniale -----	69
2-2 l'âge des créateurs des entreprises -----	69
2-3 niveau d'étude et formation professionnelle -----	71
2-4 secteur d'activités d'origine avant la création de l'entreprise -----	73
2-5 les services proposer au niveau de l'entreprise -----	74
2-6 situations qui a d'éclanche la création -----	75
2-7 principats motivations de l'entrepreneur -----	75
2-8 potentiel du marche -----	76
2-9 facteurs qui ont aide dans le choix de secteur -----	77
2-10 raisons contribuant au choix de dimension du projet -----	78
2-11 opprtunités environnemental favorisant la création -----	79
2-12 Le choix de l'implantation de votre projet -----	80
2-13 le financement du projet-----	81
2-14 les principaux problèmes ayant entrave la réalisation aperçue historique de la wilaya -	82
2-15 caractéristiques favorisant le succès des entrepreneurs dans le monde de l'affaire -----	82
Conclusion -----	85
Conclusion général -----	111

Bibliographie

Liste des tableaux et figures

Annexes

Table des matières

Résumé