



**REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE**  
**MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE**  
**SICNETIFIQUE**

**UNIVERSITE MOULOU D MAMMARI DE TIZI-OUZOU**  
**FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUE, COMMERCIALES, ET DES**  
**SCIENCES DE GESTION**

**DEPARTEMENT DE SCIENCE DE GESTION**

**Mémoire de fin d'études**

**En vue de l'obtention du diplôme de Master en Science de Gestion**

**Option : Gestion des Ressources Humaines**

**THEME**

**Le capital social de l'entrepreneur**  
**Cas : Des entrepreneurs créateurs dans**  
**la région d'AZAZGA**

**Présenté par :**

**M<sup>Elle</sup> AYOUNI Saâda**

**M<sup>Mme</sup> BEDAD Lynda**

**Encadré par :**

**M<sup>r</sup> A .SADOUD UMMTO**

**Devant le membre des jurys composé de :**

**Président : M<sup>r</sup>. OUALIKENE Selim, professeur à UMMTO.**

**Examineur: M<sup>r</sup>. ABIDI Mohamed, MCB à UMMTO.**

**Promotion 2020-2021**

# Remerciement

Je remercie dieu tout puissant d'avoir guidé nos pas vers les portes du savoir tout en illuminant notre chemin, et nous avoir donné suffisamment du courage et de persévérance pour mener notre travail à terme.

On tient à exprimer notre profonde gratitude à nos parents pour leurs protection filiale, leur encouragement incessant à nous prendre en charge durant toutes les étapes de notre vie, surtout les plus difficiles ; et leur apport affectif et matériel inconsiderable. (Que dieu les protège et veille sur eux).

Nous tenons à exprimer notre profonde gratitude à notre promoteur **Mr SADOUD Ahmed** de nous avoir accepté de nous encadré, on le remercie pour sa présence et sa disponibilité et sa volonté à nous pousser au bout de nos capacités afin de donner le meilleur de nous-même dans le déroulement de ce projet de fin d'étude.

J'adresse aussi nos remerciements aux membres du jury qui ont accepté de juger ce travail.

Nous adressons nos remerciements à notre encadreur à l'ANADE **M<sup>me</sup> LAMARA Chafia** d'avoir accepté de nous encadrer et de nous avoir facilité notre travail avec des conseils et remarques instructives.

Ainsi que pour **M<sup>elle</sup> TSABIT Sabrina** pour son aide et sa collaboration.

Nous ne pouvons clore ces remerciements sans adresser les plus sincères à tous ceux qui ont aidé, d'une façon ou d'une autre, à l'accomplissement de ce travail.

# Dédicaces

-Je dédie ce modeste travail à mes très chers parents, qui m'ont aidé, soutenu, et encouragé pour arriver au terme de mes études.

- Je tien aussi a dédié ce modeste travail à ma famille AYOUNI.

-A mes frères ( Kamel, Ali, Billal) et sœurs ( Eldjida ;Zakia ; Djamila) à qui je souhaite tout mes vœux de réussite

- A mon très chère Ouali je te remercie pour tout ce que t'as fais pour moi, je te souhaite une vie pleine de succès et de réussite.

-A ma copine Yasmine que je la souhaite une vie heureuse et pleine de réussite.

- Ainsi qu'a ma binôme Lynda à qui je souhaite une vie très heureuse et pleine de réussite .

-Tous les gens que j'aime dont je n'ai pas cité les noms

*Saâda*

# Dédicaces

-Je dédie ce modeste travail à mes très chers parents pour leur aide et leur soutien tout au long de mes études.

-Je tien aussi a dédié ce modeste travail à ma grande famille BEDAD et ma belle famille HAOUILI.

-A ma très chère grande mère.

-A mes très chers frères :Tahar ; Abdelghani que je les souhaitent beaucoup de réussite dans leurs vie

-A mes très chères sœurs : Souhila ; Nassima ; Sonia et leurs enfants

-A mon très chers époux Farid, je te remercie pour tout ce que t'as fais pour moi, je te souhaite une vie pleine de succès et de réussite.

-A ma très chère Yasmine je la remercie pour ton aide

-A tout mes oncles et mes tantes.

-A tout mes cousins et mes cousines.

-A ma binôme Saâda à qui je souhaite une vie heureuse pleine de succès et de réussite.

*Lynda*

# *Liste des abréviations*

	<b>Signification</b>
ANADE	Agence National D'appui De Développement Et D'investissement
ANDI	Agence National De Développement Des Investissement
ANGEM	Agence National De Gestion Des Micro Crédit
CNAC	Caisse National De L'allocation Chômage
EURL	Entreprise Unipersonnel A Responsabilité Limitée
ME	Moyenne Entreprise
PE	Petite Entreprise
PME	Petite Moyenne Entreprise
SARL	Société A Responsabilité Limitée
SNC	Société Nom Collectif
SPA	Société Par Action
TPE	Très Petite Entreprise

# *Liste des tableaux*

## Liste des tableaux

### Chapitre I :

<b>Numéro</b>	<b>Le titre du tableau</b>	<b>Pages</b>
01	Quelques questions clés en entrepreneuriat	12
02	Vue synthèse du champ de l'entrepreneuriat	13
03	Les définitions en fonction des écoles de pensée	18
04	Les caractéristiques fréquemment attribuées aux entrepreneurs	29

### Chapitre II :

<b>Numéro</b>	<b>Le titre de tableau</b>	<b>Pages</b>
01	Présentation des entreprises interrogées	<b>47</b>
02	La taille de l'échantillon de l'enquête	<b>52</b>
03	Sexe des entrepreneurs	<b>53</b>
04	La partition des entrepreneurs selon l'âge	<b>54</b>
05	La partition des entrepreneurs selon niveau d'instruction	<b>55</b>
06	Situation Familiale des entrepreneurs	<b>57</b>
07	répartition des enquêtés l'entrepreneur à travaillé déjà avant la création	<b>58</b>
08	la répartition selon la situation sociale	<b>59</b>
09	Répartition des entreprises selon l'idée de création	<b>60</b>
10	Répartition des entreprises selon l'année de création	<b>62</b>
11	répartitions des entreprises selon leurs statuts juridiques	<b>63</b>
12	répartition des enquêtés selon leur effectif employé	<b>64</b>
13	répartition des enquêtés selon le financement initial	<b>65</b>
14	La répartition des entreprises selon la raison de création	<b>66</b>
15	répartition des enquêtés selon les conseils fournis par les différentes personnes pour réussir le projet	<b>67</b>

16	répartition des objectifs visent par les créateurs d'entreprise	<b>69</b>
17	répartition des enquêtés selon les personnes ayant contribués au processus de création	<b>70</b>
18	répartition des enquêtés selon les personnes ayant contribués au processus de création	<b>71</b>
19	La répartition des contraintes rencontrées par les créateurs d'entreprise	<b>73</b>
20	répartition de la durée du processus d'entreprise	<b>74</b>
21	La répartition des enquêtés selon la demandé l'aide à un organisme de soutien	<b>76</b>
22	répartition des enquêtés selon le soutien par les organismes d'aide à la création	<b>77</b>
23	répartition des entrepreneurs selon le choix de soutien des différents dispositifs	<b>78</b>
24	répartition des entrepreneurs selon le choix du secteur d'activité	<b>79</b>

# *Liste des figures*

**Liste des figures :**

<b>Numéro</b>	<b>Titres</b>	<b>Pages</b>
01	Représentation du sexe des entrepreneurs par des diagrammes en secteurs	<b>54</b>
02	répartition des enquêtés selon l'âge par des diagrammes en secteurs	<b>55</b>
03	représentation du niveau d'instruction des enquêtés par des diagrammes en secteur	<b>57</b>
04	Représentation du la situation familiale des entrepreneurs par des diagrammes en secteurs	<b>58</b>
05	représentation a ce que l'entrepreneur à travaillé déjà avant la création par des diagrammes en secteurs	<b>59</b>
06	représentation de la situation sociale avant la création par des diagrammes en secteurs	<b>61</b>
07	Représentation de l'idée de création des entreprises par des diagrammes en secteurs	<b>62</b>
08	représentation de l'année des entreprises par des diagrammes en bâtons	<b>63</b>
09	représentation des statuts juridique des entreprises par des diagrammes en secteurs	<b>64</b>
10	représentation de l'effectif employé des enquêtés par des diagrammes en bâtons	<b>65</b>
11	représentation le financement initial des enquêtés par un diagramme en barres	<b>67</b>
12	représentation de raison des entreprises par des diagrammes en secteurs	<b>68</b>
13	Représentation les conseils fournis par les différentes personnes pour réussir le projet par des diagrammes en secteurs	<b>69</b>
14	représentation de l'objectif des entreprises par des diagrammes en barres	<b>71</b>
15	représentation les personnes ayant contribués au processus de création par des diagrammes en secteurs	<b>72</b>
16	Représentation les personnes ayant contribués au processus de création par des diagrammes en conique	<b>73</b>
17	Représentation graphique des contraintes rencontrées par les créateurs d'entreprise par un diagramme en conique	<b>75</b>
18	Représentation graphique de la durée du processus de création d'entreprise par un diagramme en barre	<b>76</b>

19	Représentation le demandé l'aide à un organisme de soutien par un diagramme en secteur	<b>77</b>
20	Représentation le soutien par les organismes d'aide à la création par un diagramme en secteur	<b>79</b>
21	Représentation graphique du choix de soutien des différents dispositifs par un diagramme en conique	<b>80</b>
22	Représentation graphique de choix du secteur d'activités en fonction des facteurs par de diagramme en secteur	<b>84</b>

# *Sommaire*

# SOMMAIRE

<b>Introduction générale.....</b>	<b>1</b>
<b>Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat.....</b>	<b>4</b>
Introduction.....	5
Section 01 : les approches théoriques de l'entrepreneuriat.....	5
Section 02 : les approches typologiques de l'entrepreneur.....	19
Section 03 : les caractéristiques et objectifs de l'entrepreneur.....	26
Conclusion.....	31
<b>Chapitre II : le capital social de l'entrepreneur : cas les entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA.....</b>	<b>32</b>
Introduction.....	32
Section 01 : le capital social de l'entrepreneur.....	33
Section 02 : méthodologie et ordonnances de recherche.....	46
Section 03 : analyse des résultats.....	51
Conclusion.....	82
<b>Conclusion générale.....</b>	<b>84</b>
<b>Bibliographie.....</b>	<b>86</b>
<b>Annexes.....</b>	<b>89</b>

# *Introduction générale*

## Introduction générale

Dans les sociétés modernes, l'entrepreneuriat se trouve au cœur du développement humain et social, c'est la moyenne idoine pour le développement économique. Il donne des perspectives sur l'avenir et favorise l'expression du potentiel des personnes.

L'entrepreneuriat, notamment la création d'entreprise, est un moyen de développement économique. Il permet, en plus de la réalisation de la valeur ajoutée et l'amélioration de la croissance économique nationale, de lutter contre le chômage et ses effets sur la société.

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

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

Cependant, l'entrepreneur est devenu le personnage central du développement économique. Il défie le risque d'incertitude, exploite ses idées pour bénéficier au maximum des opportunités. 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, ça capacité dépend de sa personnalité, de ses ambitions, motivations, formations, carrières, compétences, profil psychologique et enfin de son entourage ou son 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 au

---

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

changement de l'environnement. Il lui permet de se différencier par rapport aux autres « être entrepreneur n'est pas donné à tout ! ».<sup>2</sup>

La création d'entreprises demeure le domaine parfait afin de regrouper les forces et potentialités des jeunes créateurs, ainsi que l'expérience et la volonté des institutions économiques à rétablir la situation économique et sociale des pays. La réussite d'une politique de création d'entreprises dépend inévitablement de ces deux faits, et leur évolution dans le temps et dans l'espace.

Au cours des années 80, la création de nouvelles entreprises est apparue comme le principal levier de redressement économique en Algérie, cela suite à la suppression du monopole de l'état dans l'activité économique.

Cependant, l'activité entrepreneuriale a pris son essor suite à la réduction de rôle de l'Etat dans l'activité économique et la libéralisation des initiatives privées à la création d'entreprises. Les autorités publiques ont mis en place des organes et dispositifs nationaux destinés à promouvoir l'initiative individuelle et stimuler l'activité entrepreneuriale tels que (ANADE, ANGEM, CNAC).

Pour assurer le bon lancement de ces entreprises privées, la disposition d'un capital social est nécessaire. Afin de cerner les obstacles qui entravent les entrepreneurs lors de la phase de création. En effet, la contribution des relations sociales et les contacts personnels aux projets entrepreneuriaux, occupent une place majeure dans la phase de création et de gestion d'entreprise.

Dans ce cadre, notre travail de recherche consiste à décrire et expliquer l'acte entrepreneurial. Pour cela, nous avons dévissé notre travail en deux chapitres.

Le premier chapitre est intitulé cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat. Ce chapitre sera dévissé en trois sections : la première présentera les approches théoriques de l'entrepreneuriat, la deuxième présentera les approches typologiques de l'entrepreneur. Et enfin, dans la dernière section, seront présentées les caractéristiques et les objectifs de l'entrepreneuriat.

Enfin le deuxième chapitre est consacré au « capital social de l'entrepreneur : cas les entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA ». Ce chapitre sera divisé en trois parties

---

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

l'une, sur le capital social de l'entrepreneur et l'autre s'articule sur la méthodologie de recherche. Enfin, on présentera l'analyse des résultats obtenus dans notre enquête.

Le but de notre réflexion consiste à étudier le rôle des réseaux ou les relations et leur mobilisation lors du déclenchement du processus de création par les porteurs de projets dans la région d'AZAZGA. Pour ce faire, cette étude va porter sur une question centrale : « **Quel est le rôle du capital social dans le processus de création ? Autrement dits quand et comment l'entrepreneur mobilise ses relations pour accélérer le processus de création ?** »

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

- Quels est son profil ?
- Quels sont les caractéristiques de son entreprise ?
- Est-ce que le capital social de l'entrepreneur peut contribuer à la réussite des entreprises ?
- Est-ce que les dispositifs d'aides à la création peuvent-ils influencer les jeunes à créer leurs entreprises ?

# *Chapitre I*

**Cadre théorique**

**Les fondements théoriques de  
l'entrepreneuriat**

# Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

---

## Introduction

Le développement des entreprises est le fait des entrepreneurs, de ceux qui gèrent les ressources humaines et matérielles, dans le but de créer, de développer et de mettre en œuvre.

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

L'entrepreneuriat était le centre des contributions de plusieurs chercheurs des différents domaines. Ces différentes contributions intègrent aux analyses économiques, des dimensions psychologiques, sociologiques et managériales. Nous exposons des typologies d'entrepreneurs les plus reconnues. Plusieurs études démontrent que les fondateurs d'entreprise possèdent certaines caractéristiques particulières.

A cet effet, nous avons scindés ce chapitre en trois sections. Dans la première, nous aborder les approches théoriques de l'entrepreneuriat. Ensuite, dans la deuxième section, nous développer les différentes approches typologiques de l'entrepreneur, et enfin, dans la dernière section, nous présenter les principales caractéristiques de l'entrepreneur.

# Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

---

## Section 01 : les approches théoriques de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat prend en plus en plus d'importance dans notre société. Les attentes sont multiples et revêtent des formes différentes et complémentaires. En tant que phénomène économique et social, l'entrepreneuriat est censé dynamiser les entreprises, participer à la création d'emplois.

Nous présenterons dans ce qui suit quelques définitions.

### 1.1. Définitions de l'entrepreneuriat

La définition de l'entrepreneuriat diffère d'un auteur à un autre. Plusieurs définitions sont ainsi données par plusieurs auteurs relevant de différents champs disciplinaires. Dans ce qui suit, nous donnerons quelques définitions les plus répandues.

**Selon Gartner(1993) :** « l'entrepreneuriat est un processus d'organisation qui conduit à la création d'une nouvelle organisation ».

**Selon Fayolle Allain,** « l'entrepreneuriat est phénomène économique et social qui s'intéresse à des effets, a des résultats de l'acte d'entreprendre. L'innovation, le renouvellement des entreprises, la création d'entreprise et d'emploi, les changements d'état d'esprit constituent des exemples de ces effets. A ce niveau les relations entre le phénomène, les individus qui s'y intéressent ou le recherchent et la société doivent également être pris en considération ».<sup>1</sup>

**Selon Verstraet (2000),** « l'entrepreneuriat est un phénomène trop complexe pour être réduit à une définition, son intelligibilité nécessite une modélisation. Cette complexité exclut la possibilité d'une d'élimination stricte et univoque de ses frontières sémantiques. »<sup>2</sup>L'auteur définit l'entrepreneuriat comme « un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs s'état associés pour l'occasion »<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>Fayolle Allain, entrepreneuriat, (apprendre à entreprendre), éd Dunod, Paris, 2004, p2

<sup>2</sup>Verstraet T, « histoire d'entreprendre, les réalités de l'entrepreneuriat », édition EMS, Paris, 2000, p11

<sup>3</sup>Verstraet. T, Fayolle A, « paradigmes et entrepreneuriat », revue de l'entrepreneuriat, vol 4, n°1 Paris, 2005, p36

# Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

---

**Selon Fillion(1997)**, « l'entrepreneuriat est le champ qui étudie la pratique des entrepreneurs, leurs activités, leurs caractéristiques, les effets économiques et sociaux de leur comportement ainsi que les modes de soutien qui leur sont apportés pour faciliter l'expression d'activités entrepreneuriales ». <sup>4</sup>

**Selon Bygrave et Hofer (1991)** « un entrepreneur est une personne qui perçoit une opportunité et qui crée une organisation pour la poursuivre » <sup>5</sup>

Nos recherches sur l'entrepreneuriat se focalisent sur le processus, l'individu est la relation. Donc, on peut dire que l'entrepreneuriat est un processus organisationnel dirigé par un ou plusieurs individus, afin de créer et de développer une entreprise.

L'entrepreneuriat peut être défini comme un processus de poursuite d'opportunités associant un ou plusieurs individus, se nourrissant de relations avec l'environnement et conduisant à l'émergence d'une organisation et débouchant sur la création de valeur. <sup>6</sup>

## 1.2. Genèse et fondements de l'entrepreneuriat

Trois questions fondamentales peuvent résumer une grande partie de l'activité de recherche en entrepreneuriat. S'inspirant d'une formulation de Stevenson et Jarillo (1990), ce triple questionnement peut ainsi être proposé : « What on Earth is be doing... ? », « Why on Earth is doing... ? » Et « How on Earth is be doing...? ». Nous retrouvons ici les approches fonctionnelles(What) des économistes, l'approche centré sur les individus (Why and Who) des spécialistes des sciences du comportement et les approches processuelles (How) des gestionnaires. Après avoir évoqué les points de vue des économistes qui s'intéressent aux effets de l'entrepreneuriat et au rôle de l'entrepreneur dans le développement du système économique, nous aborderons successivement les approches centrées sur les individus et sur les processus. <sup>7</sup>

---

<sup>4</sup> Fillion Louis Jacques, « le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », volume 10, number 2, 1997.

<sup>5</sup>Cité par Hassiba benbouli, « l'entrepreneuriat : entre opportunités et défis études de cas maison entrepreneuriat du centre universitaire de Tipaza », university of Chlef, novembre 2013.

<sup>6</sup> FAYOLLE Alain, introduction à l'entrepreneuriat, Ed Dunod, Paris, 2005, p12

<sup>7</sup>Fayolle. Allain, introduction à l'entrepreneuriat, éd Dunod, Paris, 2005, p9.

# Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

---

## 1.2.1. Approche fonctionnelle (What)

Jusqu'au XV siècle, le terme entrepreneur était presque exclusivement utilisé pour désigner les chefs d'entreprise. La figure initiale de l'entrepreneur se confond avec celle du négociateur qui exerce sa compétence sur marchandage. Il prend des risques en avançant de l'argent, en stockant des produits pour tirer plus de profit. Dans ce type de l'entreprise, on s'occupe des approvisionnement et des débouchés et met aussi sous sa tutelle les artisans et les gens de métier.<sup>8</sup>Cette approche a pris forme dans les premiers écrits de la théorie économique, c'est au XVII siècle, que Richard Cantillon (1755)<sup>9</sup>élabore l'une des premières théories de l'entrepreneur. Il analyse le rôle joué par cet acteur dans la croissance économique, en le définissant par ses fonctions économique et sociales, il plaçait l'entrepreneur au centre de la production et de l'échange de et introduisait le rôle de l'incertitude et du risque.

Jean Baptiste Say est le deuxième économiste à s'être beaucoup intéressé aux activités de l'entrepreneur. Pour lui, l'entrepreneur est avant tout un preneur de risques qui investit son propre argent et coordonne des ressources qu'il se procure pour produire des biens. Il crée et développe des activités économiques pour son propre compte.

Jean Baptiste Say (1821)<sup>10</sup> à établi une distinction claire entre la fonction de l'entrepreneur et celle du capitaliste, en montrant que le risque à assumer est inhérente au rôle de l'entrepreneur. Il exposé avec précision que le profit du capital (profit du fonds de capital) rémunère le capitaliste, alors que le profit de l'industrie rémunère les industriels (salariés et entrepreneurs), en conséquence, l'entrepreneur peut avoir deux source de revenu. L'une liée au capital détient, l'autre provenant de son activité d'entrepreneur.

Marie Clause et Christine Zumello insistent sur la disparition du littérateur théorique du concept entrepreneur depuis les analyses de Cantillon et Jean Baptise Say jusqu'aux travaux de Schumpeter (1935), l'entrepreneur devient une figure centrale du développement économique avec la publication de la théorie de l'évolution économique.

---

<sup>8</sup>Michel Chate lus et Jacques Fontanelle , dix grand problème économique contemporaines , l'économie en plus 1992 ,p 177

<sup>9</sup>Cantillon R(1755) , cite par Marie –claude ESPOSITO et christine ZUMELLO ,l'entrepreneur et la dynamique économique ; l'approche anglo-saxonne , Economica , Mars 2003 , p13-14

<sup>10</sup>Jean Baptiste Say (1821) , cité par Marie –claude ESPOSITO et christine ZUMELLO (2003) , Op, cit, p 18.

# Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

---

Pour Filion (1997), Schumpeter peut être qualifié de père du champ de l'entrepreneuriat. L'entrepreneur Schumpétérien est avant tout un innovateur et un agent de changement. L'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise. Cela a toujours à faire avec l'apport d'un usage différent de ressources nationales qui sont soustraites de leur utilisation naturelle et sujettes à de nouvelles combinaisons.

La définition Schumpétérienne de l'innovation n'est pas restrictive, dans la mesure où les cinq types de recombinaison identifiés correspondent aux différentes opportunités de profit présentes dans une économie capitaliste.

Pour Peter Drucker (1985)<sup>11</sup> l'innovation est considérée comme un aspect essentiel de la fonction entrepreneuriale. Pour lui l'entrepreneur est celui qui bouleverse, désorganise. C'est celui qui répond la formule Schumpétérienne de destruction créatrice.

En synthèse, le point de vue des économistes est important car il donne une base historique au champ de l'entrepreneuriat. Il est également multi-composant et tend à dégager au moins deux figures d'entrepreneurs et quatre rôles entrepreneuriaux principaux. Les figures sont celles de l'entrepreneur-organisateur d'activités économiques et de l'entrepreneur-innovateur (Baumol, 1993). L'entrepreneur, dans le système économique, joue quatre rôles fondamentaux (Landstrom, 1998). Il peut être assimilé à un « risk-taker / risk manager » (Cantillon, Say, Knight) ou à un « innovator » (Schumpeter). D'autres voient en lui un « alertseeker of opportunities » (Hayek, Mises, Kirzner) ou enfin, « Co-ordinator of limited resources » (Casson).

## 1.2.2. Approches centrées par les individus (Why and Who)

Ces approches placent l'entrepreneur au centre du phénomène entrepreneurial. Schumpeter a été l'un des précurseurs du courant. Il a mis en exergue le rôle joué par l'entrepreneur innovateur dans l'évolution du système économique.<sup>12</sup> a la suite de Schumpeter, tout un courant est orienté vers la recherche des traits de caractère de

---

<sup>11</sup>Peter Drucker, les entrepreneurs, Hachette, 1985

<sup>12</sup>Riadh Zghal, l'entrepreneuriat ; ( théories , acteurs , pratique) ,Sanabil Med SA, 2007 , p11

# Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

---

l'entrepreneur, les spécialistes des sciences du comportement ont remis en cause l'idée que la réussite de l'entrepreneur est liée uniquement à ses personnalités.

Max Weber est sans doute le premier auteur auquel nous pouvons rattacher l'approche du système de valeurs.<sup>13</sup> Dans le début de la décennie 1960, Mc Clelland propose une théorie du besoin de réalisation (need for achievement) appuyée sur une solide base empirique. Le fondement de son analyse est que le développement économique s'explique par l'esprit d'entreprise qui, lui-même, trouve ses sources dans le besoin d'accomplissement, il s'intéresse aussi aux liens existant entre l'entrepreneur et son environnement (les valeurs, les croyances et les motivations).

Pour Mc Clelland, les entrepreneurs sont des individus qui ont un besoin élevé d'accomplissement, une forte confiance en eux, une capacité à résoudre seuls problèmes, et qui s'orientent vers des situations caractérisées par des risques modérés et un retour rapide du résultat de leurs actions.

Les travaux de Mc Clelland ont été critiqués par d'autres chercheurs qui ont démontré que le besoin d'accomplissement est une notion intéressante. Il peut être considéré comme un des attributs de l'entrepreneur, mais pas au point qu'il soit un indicateur pour discriminer dans une population les créateurs des non créateurs.<sup>14</sup>

Ce courant vise aussi à produire des connaissances sur les caractéristiques psychologiques de l'entrepreneur et cherche à identifier le profil type de ce dernier. L'une des premières questions relatives aux individus à porter encore, sur le caractère inné de l'entrepreneur. La question qui se pose est de savoir si les entrepreneurs ? Certains chercheurs et praticiens partagent ce point de vue, alors qu'on trouve beaucoup d'auteurs qui réfutent cette hypothèse.<sup>15</sup>

La recherche centrée sur l'individu présente les qualités qui reflètent une certaine idéalisation de cet entrepreneur, point de vue qui n'est pas partagé tous.

Danjou (2002), énumère cette série de « traits à travers une revue de la littérature : le besoin de réalisation, le besoin d'indépendance, le besoin de contrôler son environnement, la propension à la prise de risque, la tolérance face à l'ambiguïté, la confiance en soi, la créativité »<sup>16</sup>.

---

<sup>13</sup>Alain Fayolle, du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneurial (2002), Op, Cit

<sup>14</sup>Idem.

<sup>15</sup>Alain Fayolle (2005), Op, Cit p 11.

<sup>16</sup>Riadh Zghal, l'entrepreneuriat (2007), Op, Cit, p 11.

# Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

---

Bradley (2003)<sup>17</sup> stipule que les entrepreneurs ont une culture propre qui les distingue des non-entrepreneurs. Il analysé dans son exploitation d'une base de données<sup>28</sup> les sources relatives aux caractéristiques associées aux entrepreneurs. Il a dégagé quinze caractéristiques associées à ces acteurs dont la plupart sont peu éthiques. Pour sa part, Alain Fayolle a montré que l'être humain est un produit de son milieu. Les entrepreneurs reflètent les caractéristiques du temps et du lieu où ils évoluent. Ils intègrent, assimilent, et interprètent les cultures, les besoins et les habitudes d'une région, pour construire leur entreprise « tout individu est le produit de son / ses milieux. Les entrepreneurs sont influencés par leur environnement proche et reflètent, d'une certaine façon, les caractéristiques du temps et du lieu où ils évoluent (ou ont évolué).<sup>18</sup>

Enfin, les approches centrées sur les individus font l'objet de plusieurs critiques de la communauté des chercheurs en entrepreneuriat à la fin des années 80. Ils estiment qu'il est difficile de modéliser et d'expliquer un comportement complexe (l'entrepreneurial) en s'appuyant sur quelques traits psychologiques ou sociologiques de l'entrepreneur.

### 1.2.3. Approches basées sur les processus (How)

La reconnaissance, même tardive, du caractère complexe et multidimensionnel de la création d'entreprise a inauguré l'ère de l'approche sur le processus entrepreneuriaux.

La diversité des entrepreneurs et de leurs projets d'entreprise a mobilisé les chercheurs, dans l'étude du processus entrepreneurial. L'idée d'un processus entrepreneurial n'est pas nouvelle, mais les études empiriques sur le sujet sont assez récentes. Des auteurs, de plus en plus nombreux et de disciplines différentes, suggèrent de concentrer les recherches sur ce processus (Gartner, Bruyat, Minguet, Hernandez, La ville, Fayolle, etc.).

Gartner est un des premiers chercheurs à avoir remis en cause le bien-fondé d'un courant de recherche, l'approche sur individus (par traits), dominant dans les années 1980. Gartner montre les limites de cette approche et propose aux chercheurs du champ entrepreneurial de s'intéresser à ce que font les entrepreneurs et non à ce qu'ils sont. Une

---

<sup>17</sup>Bradley (2003) cité par Riadh Zghal, l'entrepreneuriat (2007), Op. Cit p13-14.

<sup>18</sup>Base de données faite d'interviews réalisées par des journalistes et de sources littéraires relatives à des entrepreneurs renommés au plan international, national, local.

# Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

---

phrase lui est prêtée et résume bien son idée : «look at the dance not at the dancer ». Cet auteur mobilise la notion de processus dans le champ de l'entrepreneuriat.

La notion de processus a mis du temps à être reconnue par les chercheurs est ce n'est qu'un début des années 1990 que cette reconnaissance peut être située.

Cette notion, a d'ailleurs été, dans un premier temps, étroitement associée au « comment », un des buts étant d'identifier les stratégies ou les modes de pénétration du marché appliqué par les entrepreneurs. Ceci apparaît tout particulièrement dans les premiers travaux de Gartner. L'étude des processus a consisté à identifier des étapes et/ou des acteurs et à décrire différentes manière de faire ou à tenter d'expliquer certaines variations par des différences dans l'enchaînement des étapes.

L'idée d'un processus entrepreneurial par lequel se déroulent des activités a été reprise par d'autres chercheurs, et la définition du processus entrepreneurial proposé par Bygrave et Hofer(1991) présente de fortes proximités avec la vision de Gartner :

**« Le processus entrepreneurial inclut toutes les fonctions, les activités, et les actions, ainsi que la perception des opportunités nécessaires à la création d'une organisation ».**<sup>19</sup>

Bygrave et Hofer font partie de ceux qui s'efforcent d'ouvrir des nouvelles perspectives de recherche dans le champ de l'entrepreneuriat. Le processus entrepreneurial est pour eux un objet d'étude digne d'intérêt. Le processus entrepreneurial est dynamique parce que les projets de création et les nouvelles entreprises évoluent dans le temps ; il est holistique parce que cette évolution est résultante d'un système de variables en interactions.

Ces deux auteurs ont parfaitement traduit ce changement du centre d'intérêt en entrepreneuriat, ce passage du fondamentalisme au processus : le processus entrepreneurial est dynamique parce que les projets de création et les nouvelles entreprises évoluent dans le temps ; il est holistique parce que cette évolution est résultante d'un système de variable en interactions.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup>Bygrave et Hofer in MOREAU. R ,Op.Cit.P75

<sup>20</sup> Emile –Michel Hernandez : « le processus entrepreneurial, vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat ». éd l'Harmattan , 1999, Paris.

# Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

Tableau n°01 : Quelques questions clés en entrepreneuriat

Centrées sur l'entrepreneur	Centrées sur le processus entrepreneurial
1. Qui devint entrepreneur ?	1. Qu'est ce qui permet de percevoir les opportunités d'une manière efficace et performante ?
2. Pourquoi devient-on entrepreneur ?	2. Quelles sont les tâches –clés pour créer avec succès de nouvelles organisations ?
3. Quelle sont les caractéristiques des entrepreneurs qui réussissent ?	3. Dans quelle mesure ces tâches sont-elles différentes de celles mises en œuvre pour diriger avec succès ?
4. Quelles sont les caractéristiques des entrepreneurs qui échouent ?	4. Quelles sont les contributions spécifiques de l'entrepreneur à ce processus ?

**Source :** Emile-Michel Hernandez : « le processus entrepreneurial, vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat »,1999.p 25

## 1.2.4. Vue synthétique du champ de l'entrepreneuriat

La vue synthèse que nous donnons de ce champ est inspirée des travaux de Fillion et Landstrom. Elle présente les principales disciplines qui s'intéressent à l'entrepreneuriat et leurs liens avec des objets et des questions de recherche. Elle permet, d'autre part, de visualiser des évolutions et des déplacements d'intérêt au niveau de la recherche.

Ce qui nous semble devoir caractériser l'évolution des recherches en entrepreneuriat au cours des dernières années est, d'une part, la réorientation du centre focal, qui s'est déplacé de l'individu vers le processus et, d'autre part, le passage d'une épistémologie clairement positiviste à des épistémologies plus nuancées s'ancrant parfois (peut être de plus en plus) dans des courants constructivistes.

# Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

**Tableau 02 : vue synthèse du champ de l'entrepreneuriat**

<b>Question principale</b>	<b>What (approche fonctionnelle)</b>	<b>Who/ why (approches sur les individus)</b>	<b>How (approches sur les processus)</b>
<b>Echelle du temps</b>	200 dernières années	Depuis le début des années 50	Depuis le début des années 90
<b>Domaine scientifique principal</b>	Economie	Psychologie, sociologie, psychologie cognitive, anthropologie sociale	Sciences de gestion Sciences de l'action Théories des organisations
<b>Objet d'étude</b>	Fonctions de l'entrepreneur	Caractéristiques personnelles, traits des individus entrepreneurs et entrepreneurs potentiels	Processus de création d'une nouvelle activité ou d'une nouvelle organisation
<b>Paradigme dominant</b>	positivisme	Positivisme Sociologie Compréhensive	Constructivisme Positivisme
<b>Méthodologie</b>	Quantitative	Quantitative Qualitative	Qualitative Quantitative
<b>Hypothèse de base</b>	L'entrepreneur joue/ ne joue pas un rôle important dans la croissance économique	Les entrepreneurs sont différents des non entrepreneurs	Les processus entrepreneuriaux sont différents les uns des autres
<b>Lien avec la demande sociale [qui est intéressé par....]</b>	Etat, collectivités territoriales, responsables économiques	Entrepreneurs Entrepreneurs potentiels Système éducatif Formation	Entreprises Entrepreneurs Entrepreneurs potentiels Educateurs et formateurs Structures d'accompagnement et d'appui des entrepreneurs

Source : A. FAYOLLE, introduction à l'entrepreneuriat, éd Dunod, Paris, 2005.

# Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

---

## 1.3. L'importance de l'entrepreneuriat

L'importance place 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.

### 1.3.1 Entrepreneuriat et la croissance économique

L'activité entrepreneuriale n'a peut-être pas un effet direct sur la croissance économique, mais elle l'accélère grâce à la présence d'une population nombreuse d'individus entreprenants<sup>21</sup> et ce résultat était prouvé par une étude de GEM : Global Entrepreneurship Monitor<sup>22</sup> 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.

### 1.3.2 Entrepreneuriat et création d'emploi

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

### 1.3.3 Entrepreneuriat et renouvellement du parc d'entreprises

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

---

<sup>21</sup>Verstraet. T, Saporta.B, « création d'entreprise et entrepreneuriat », les éditions de L'ADREG, France, 2006, p77

<sup>22</sup> WWW.Gemconsortium.org

# Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

---

## 1.3.4 Entrepreneuriat et Innovation

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

## 1.4 .l'impact de l'entrepreneuriat

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

VanPag et Verslot(2007)<sup>23</sup> ont effectué une synthèse des travaux empiriques qui ont analysé la valeur économique d'entrepreneuriat qui est présente comme suit :

### A. L'emploi

- Externalité positive en matière de création d'emplois, elle génère un nombre considérable d'emplois.<sup>24</sup>
- Plus grande satisfaction au travail du personnel occupé.

### B. La croissance

- En ce qui concerne le développement économique, elle rapporte une diversification de l'industrie par l'établissement de pôle de croissance.<sup>25</sup>

### C. Innovation

- Elles représentent une importante source d'innovation, elle permet une harmonisation de développement technologique aux besoins du marché.
- Meilleure rentabilité des dépenses en recherche et développement ;
- Plus grande qualité des innovations ;
- Niveau de commercialisation des innovations élevée (principalement dans la startup).<sup>26</sup>

---

<sup>23</sup> Capron H, « entrepreneuriat et création d'entreprises », facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise, éd Boeck, Paris, 2009, p66

<sup>24</sup> Ainsi en Algérie les 619072 PME (Publique et Privées) génèrent environ 1625686 postes d'emplois pour l'année 2010

<sup>25</sup> GASSE Y, « l'influence du milieu dans la création d'entreprise », organisation et territoires, 2003, Canada,P49

# Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

---

## D. Utilité personnelle

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

## 1.4. Définition de l'entrepreneur

La notion entrepreneur a connu jusqu'à ce jour une évolution notoire en parallèle avec la complexité et la complexification de l'organisation et de l'activité économique.

Il semblerait que mots « entrepreneur » soit née en France, car dans la langue française, l'original des mots « entrepreneur » et « entreprise » sont du verbe « entreprendre » remonte au XVI<sup>ème</sup> siècle.

Durant le moyen âge français, le mot « entrepreneur » désignait une personne qui assume une tâche, puis, il désignera un individu hardi, prompt à prendre des risques économiques.

Au XVI<sup>ème</sup> et XVII<sup>ème</sup> siècle, « entrepreneur » est un individu qui se livre à des activités spéculatives.

Dans un sens plus général, le mot « entrepreneur » désignait au XVII<sup>ème</sup> siècle, celui qui entreprend quelque chose, ou plus simplement une personne très active qui réalise de multiples choses.

Le dictionnaire universel du commerce, publié à Paris en 1723, donne aux mots « entrepreneur » et « entreprendre » les définitions suivantes :

1. « Entreprendre » : se charger de la réussite d'une affaire, d'un négoce, d'une manufacture, d'un bâtiment, etc. ;
2. « Entrepreneur » : celui qui entreprend un ouvrage. On dit un entrepreneur de manufacture ; entrepreneur de bâtiment ; pour dire un manufacture, un maître maçon.

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

---

<sup>26</sup> La création d'entreprise dans le secteur du Web ou de l'Internet, c'est le rapport ( éducation +développement d'entreprise +TIC). La première initiative en Algérie était en 2009 par « Algérien startup initiative » ( ASI), a pour objectif de promouvoir la création des projets startup.

# Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

---

## 1.6. Quelques définitions de l'entrepreneur

1. **Pour R. Cantillon** 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, du non probabilisable, il s'engage de façon ferme vis-à-vis d'un tiers, sans garantie de ce qu'il peut en attendre. »
2. **Pour B.SAY(1803)**, « le deuxième économiste à s'être préoccupé de l'entrepreneur, il place l'entrepreneur comme levier du système productif ; c.-à-d. qu'il ne prend pas seulement les risques de commercialisation, mais aussi, il prend des risques liés à la production). L'entrepreneur est « celui qui entreprend de créer pour son compte, à son profit et à ses risques, un produit quelconque ».
3. **Pour J. Schumpeter (1935)**, « l'entrepreneur est celui qui introduit et conduit l'innovation. Elle peut revêtir différents aspects : fabrication d'un bien nouveau, introduction d'une méthode de production nouvelle, conquête d'un nouveau débouché, conquête d'une nouvelle source de matières premières, réalisation d'une nouvelle organisation de la production. »<sup>27</sup>
4. **Selon FILLION(1988)**, « un entrepreneur est une personnalité imaginative, caractérisée par une capacité à se fixer et à atteindre des buts. Cette personne maintient un niveau élevé de sensibilité en vue de déclarer des occasions d'affaires. Aussi longtemps qu'il ou elle continue d'apprendre au sujet d'occasions d'affaires possibles et qu'il ou elle continue à prendre des décisions modérément risquées qui visent à innover, il ou elle continue de jouer un rôle entrepreneurial »
5. **GARTNER(1988)**, l'entrepreneur se définit par l'ensemble des activités qu'il met en place pour créer une organisation.
6. **Marchesnay(1994)** « l'entrepreneur est par excellence celui qui prend des décisions stratégiques »

L'entrepreneur désigne l'individu qui conçoit, supervise la réalisation de travaux surtout celui qui réunit les compétences nécessaires à la réalisation du contrat.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup>Emile –Michel Hernandez : « le processus entrepreneurial, vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat ». éd l'Harmattan , 1999, Paris.

<sup>28</sup> FAYOLLE Alain, idem, p05.

## Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

**Tableau 03 : les définitions de l'entrepreneur en fonction des écoles de pensée**

Appellation des écoles	Définitions de l'entrepreneur	Auteur de référence
<b>L'école économique</b>	Un entrepreneur est spécialisé dans la prise intuitive de décisions réfléchies relatives à la coordination de ressources rares.	Casson(1991)
<b>L'école comportementale</b>	Un entrepreneur se définit par l'ensemble des activités qu'il met en place pour créer une organisation.	Gartner(1988)
<b>L'école psychologique avec les courants personnaliste et cognitif</b>	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	Shayer et Scott(1991)
<b>L'école de processus</b>	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

# Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

---

## Section 2 : Les approches typologiques de l'entrepreneur

Dans cette section, nous développons les typologies de l'entrepreneur selon les auteurs les plus connus qui ont écrit et mené des recherches dans le domaine de l'entrepreneuriat.

### 1. La typologie selon Smith

Dans son ouvrage « The entrepreneur and his firm »<sup>29</sup> paru en 1967, Smith fait la distinction entre deux types d'entrepreneur : l'entrepreneur artisan et l'entrepreneur opportuniste. Selon cet auteur :

L'entrepreneur artisan est une personne qualifiée dans un domaine spécifique, il a un manque de flexibilité et de souplesse, aussi sa vision est nulle sur l'avenir. Il exploite uniquement ses compétences techniques. De ce fait, son innovation est inexiste et son travail est simple, routinier et basique. L'entreprise dirigée par un entrepreneur artisan est rigide, le secteur d'activité est restreint de même que la clientèle.

L'entrepreneur opportuniste, ou l'entrepreneur d'affaires, a plus d'expérience professionnelle. Il est ouvert au monde des affaires et saisit les opportunités qui s'offrent à lui sur le marché. L'entrepreneur est une personne à la recherche des occasions d'affaires.

### 2. La typologie selon Laufer

Entre 1950 et 1970, Laufer a réalisé une étude qui a pour objectif d'étudier les facteurs personnels et socioprofessionnels qui interviennent dans l'intention d'entreprendre. De ce fait, elle a établi un questionnaire auprès d'un échantillon de soixante cas d'entreprises créées.

L'étude de Laufer a mis en relief les motivations des entrepreneurs, leurs rapports avec les parents, l'origine sociale, les études et les carrières avant la création et la motivation liée à la situation professionnelle. A partir de ces éléments, elle a établi une typologie de quatre entrepreneurs.<sup>30</sup>

**a. l'entrepreneur Manager ou L'innovateur :** Ce type d'entrepreneur a fait la grande école et connaît une carrière réussie dans le monde des entreprises. Sa principale

---

<sup>29</sup> Smith A. « The Entrepreneur and his Firm: The relationship between Type of Man and Type of Company », Bureau of business and economic research, Michigan State University, 1967.

<sup>30</sup>Laufer J, « Comment on devient entrepreneur », Revue Française de Gestion, Novembre, Paris, 1975, P12.

# Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

---

motivation est le besoin de création et de réalisation. Son but principal est inspiré par la croissance et surtout l'innovation.

**b. L'entrepreneur propriétaire orienté vers la croissance :** Cet entrepreneur cherche à équilibrer entre l'objectif de croissance et l'objectif d'autonomie financière.

**c. L'entrepreneur orienté vers l'efficacité :** Ce type d'entrepreneur refuse la croissance de peur de perdre le contrôle de son entreprise, mais il cherche l'efficacité. Cet entrepreneur aime l'indépendance, le pouvoir et l'autorité.

**d. L'entrepreneur artisan :** Cet entrepreneur est plus motivé par le besoin d'indépendance que par la réussite économique. Son objectif principal est la survie de son entreprise.

### 3. La typologie selon Schumpeter (1935)

Schumpeter identifie quatre types d'entrepreneurs :<sup>31</sup>

**L'entrepreneur fabricant commerçant :** présente un projet capitaliste le plus souvent. Les fonctions exercées par ce type d'entrepreneur sont multiples et ce dernier transmet sa position essentiellement de façon héréditaire.

**Le capitaine d'industrie :** agit, soit par influence personnelle, soit dans le but d'acquérir la propriété ou le contrôle de la majorité des actions.

**Le directeur salarié :** possède un statut particulier, et qui peut être intéressé ou non aux résultats de l'entreprise. Dans tous les cas, son comportement n'est pas celui d'un capitaliste.

**Le fondateur :** s'implique très fortement au tout début de la vie de l'entreprise. Il lance l'affaire, puis assez rapidement se retire.

### 4. 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>31</sup> SCHUMPETER. J, cité par Alain FAYOLLE (2005), p 78

# Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

---

**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. C 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 apparaissaient 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 lancés sur le marché. Cette démarche est d'autant plus payante que l'innovation st 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.

## 5. La typologie selon P.A. JULIEN (1994)

A distingué quatre types de chefs d'entreprise :

« L'entrepreneur » : qui réunit les qualités d'innovateur, de preneur de risque et organisateur ;

« L'innovateur » vise pour la nouveauté des produit/services peu caractérisé par le risque ;

« L'entrepreneur technicien » : gestionnaire recherchant une performance moyenne et stable ;

« Le manager et le professionnel » : guidé par le souci de performance de son organisation.

# Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

---

## 6. La typologie selon Marchesnay (1996) <sup>32</sup>

A distingué deux types d'entrepreneurs en basant sur les trois inspirations suivantes :

**La pérennité de son entreprise** : c'est-à-dire le souci de durée, notamment dans l'esprit de le transmettre à un repreneur ou à 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 décisions, Se sont les deux formes distinctes de la volonté d'indépendance.

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

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

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

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

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

## 7. la typologie selon E.M.HERNANDEZ(1999) <sup>33</sup>

A distingué quatre catégories principales de créateurs : sur la base des critères « Croissance-Autonomie »

« Le Manager » : a un comportement proche de celui de grande entreprise.

---

<sup>32</sup> MARCHESNEY. M, JULIEN. P-A, « l'entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996, p58-59

<sup>33</sup>Emile –Michel Hernandez : « le processus entrepreneurial, vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat ». éd l'Harmattan , 1999, Paris, p (81-85).

## Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

---

Instruit, il crée son entreprise avec une volonté de pouvoir. Il peut devenir « entrepreneur » ;

« L'Entrepreneur » : recherche la croissance, mais il vise une croissance plus maîtrisée financièrement, il en moins instruit, il délègue moins que le « Manager ».

« L'Artisan-TPE » : l'artisan et le très petit entrepreneur ont moins de dix salariés. Il maîtrise un métier. Déléguant peu dans un esprit paternaliste. Il cherche l'indépendance. « L'Artisan-TPE » peut évoluer vers la catégorie des « Entrepreneur ».

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

### 8. La typologie selon S. BOUTILLER et D. UZUNIDIS (1995)<sup>34</sup>

Décrient « l'entrepreneur routinier » et « entrepreneur révolutionnaire ».

« **L'entrepreneur routinier** » : Le premier fait « gagner sa vie », il opte 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.

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

---

<sup>34</sup> BOUTILLIER. S, UZUNIDIS. D, « l'entrepreneur, une analyse socio-économique », Economica, Paris, 1995, p (86-88).

# Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

---

## 9. La typologie selon H.H. STEVENSON (1998) <sup>35</sup>

Met l'accent sur deux types d'entrepreneurs :

« Le promoteur » se caractérise par une forte confiance en soi, à l'écoute de son environnement, il dispose (management entrepreneurial). Fort de son intelligence, son énergie et son expérience, il est enclin à réagir vite. Créatif et innovateur, il accepte un risque plus important dans la mesure où il essaie de maximiser la création de valeur avec le moins de ressources possibles.

« Le gestionnaire » caractérisé par le contrôle et l'utilisation efficace de ressources disponibles (management administratif), met plus de temps à se décider et engage plus de ressource, Il délègue du pouvoir et des responsabilités.

## 10. La Typologie selon knight1983

À observer trois types d'entrepreneurs :

**L'artisan- inventeur** : motivé par l'innovation, et voulant développer un nouveau produit ;

**Le promoteur** : ses compétences relèvent du domaine commercial, marketing et vente ;

**Le gérant-général** : coordinateur, réunissant des éléments et des connaissances extérieures pour réaliser sa création.

## 11. La typologie d'Ettinger (1983)

Pour lui le créateur est soit un indépendant-entrepreneur, soit un entrepreneur-créateur d'organisation.

**Indépendant-créateur** : il vise avant tout l'autonomie, l'indépendance. Il délègue peu et la taille limitée de son entreprise en limite la solidité organisationnelle.

**Entrepreneur créateur d'organisation** : il cherche à développer son affaire et à accroître son pouvoir. Ambitieux il n'hésite pas à déléguer et voit l'avenir de sa firme en terme expansionniste.

---

<sup>35</sup> TOUNES. A (2003), « l'intention entrepreneuriat », thèse pour le doctorat ès sciencede gestion, p92.

# Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

---

## 12. La typologie selon Fillion

Fillion distingue six types<sup>36</sup> de propriétaire dirigeant de PME en fonction de l'indépendance du dirigeant et son ouverture sur l'extérieur. Cette distinction est le résultat de deux études empiriques. La première étude a été menée auprès d'une certaine d'entrepreneurs ayant créé une PME au Québec. La deuxième étude a été menée auprès d'une vingtaine de PME dans quatre pays : la Finlande, la Suède, l'Ecosse et le suisse.

- a. **le bûcheron** : « le bûcheron est le type le plus courant de proprio-dirigeant de PME. Certains bûcheron qui auront réussi, deviennent éventuellement des missionnaires ». le bûcheron est caractérisé par l'ambitieux, la bonne capacité de travail, la culture organisationnelle axée sur la production. Aussi, le bûcheron n'aime pas trop parler aux autres.
- b. **Le papion** : d'après Fillion « le papion s'apparente à ce qui est temporaire, occasionnel, passager ». <sup>37</sup> en effet, le papion est le type d'entrepreneur qui aime changer d'entreprise ou de secteur. Il lance des entreprises, les revend et reprend d'autres en difficultés dans le but de les revendre aussi. Il utilise son réseau de connaissances dans l'achat et la vente d'entreprises. D'une autre manière, il considère son réseau comme source d'opportunités qui s'offrent à lui pour en tirer des profits.
- c. **Le libertin** : appelé aussi le sportif, il vient souvent d'un milieu aisé. Pour lui, travailler c'est pour gagner de l'argent. Il consacre aussi du temps pour ses loisirs.
- d. **Le bricoleur** : il a un autre emploi sécuritaire pour garantir une stabilité financière et pour lui permettre de mieux confronter son entreprise qui constitue son job préféré. Le bricoleur ne prend pas de décision à son travail officiel, car il a un niveau moyen, mais dans son entreprise, c'est le premier preneur de décisions.
- e. **Le converti** : il part d'une découverte à partir de laquelle il construit son avenir ou il investit toute son énergie et ses efforts. D'après Fillion « plusieurs créateurs et inventeurs font partie de cette catégorie. En effet,

---

<sup>36</sup>Fillion L J, « Sis types de propriétaires dirigeants de PME », Revue organisations et territoires, vol 9, N°1, hiver, Québec, 2000, p 9.

<sup>37</sup>Fillion L J, « Sis types de propriétaires dirigeants de PME », op-cit, p 9.

# Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

---

les convertis qui viennent de la recherche et développement et du marketing/vente semblent être ceux qui réussissent le mieux ».<sup>38</sup>

- f. Le missionnaire :** le missionnaire est passionné de son entreprise. Il a une connaissance parfaite de son produit et de son marché. Il a une culture organisationnelle ou il délègue les responsabilités à son équipe et il est ouvert à toute proposition. De ce fait, il a aussi l'esprit de groupe.

## Section 3 : Les caractéristiques et les objectifs de l'entrepreneur

En dehors des qualités en matière de gestion d'entreprise, un entrepreneur englobe un ensemble de caractéristiques. En effet, il doit pouvoir communiquer sa vision de l'entreprise, persuader les membres de son équipe et booster leurs performances, afin de garantir une productivité optimale pour l'aboutissement des objectifs de l'entreprise. De ce fait, nous avons résumés les principales caractéristiques et objectives de l'entrepreneur dans ce qui suit.

### 3.1. Les caractéristiques de l'entrepreneur

Difficile de dire s'il existe un profil-type de l'entrepreneur, mais de nombreuses études font état de l'existence des caractéristiques et des traits de personnalités, des traits de comportement dans l'action qui sont le lot commun des entrepreneurs qui réussissent sont :

#### 3.1.1. Leadership

Fondamentalement, le leadership est la capacité d'un individu de faire adhérer des personnes et de les guider, afin d'atteindre les objectifs fixés. Un leader est capable de planifier, de motiver, de coacher, et d'évaluer le personnel. Il a également, à la fois, des compétences managériales et interpersonnelles. En effet, la gestion d'entreprise repose sur la gestion des personnes. De ce fait, l'entrepreneur doit avoir un bon sens de la communication, que ce soit avec ses clients, ses fournisseurs ou ses employés.

---

<sup>38</sup>Idem, p : 8.

# Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

---

## 3.1.2. L'organisation et la coordination

L'entrepreneur est contraint d'organiser ses ressources matérielles et immatérielles, ainsi que maîtriser le processus de production, de commercialisations et de distribution pour atteindre son objectif de création de valeur. Effectivement, l'un des objectifs de l'entrepreneuriat est la création d'une nouvelle organisation. La gestion du temps permet à l'entrepreneur d'organiser son travail et de s'assurer qu'il effectue ses travaux de la manière la plus efficace possible, car il est très facile de céder à la procrastination quand on travaille seul.<sup>39</sup>

Par ailleurs, l'entrepreneur présente des habilités de coordination des facteurs de production pour atteindre ses objectifs. En effet, d'après Say, l'entrepreneur intervient dans les niveaux de l'entreprise pour combiner les connaissances, les ressources humaines et les matérielles pour réaliser son processus de production. Dans le même ordre d'idée, Coster considère l'entrepreneur comme une personne ayant la capacité de créer des synergies positives avec les personnes et/ou les institutions dans un contexte de rareté.

## 3.1.3. La confiance en soi et la compétitivité

La confiance en soi concerne l'appréciation qu'une personne a sur ses capacités et son rendement. Un entrepreneur à succès croit en ses capacités. Il n'a pas peur d'explorer des opportunités ou des domaines nouveaux, de prendre des risques et de prendre des décisions difficiles en un temps record. La confiance en soi est une compétence clé pour le succès entrepreneurial, car il est facile de se démoraliser, d'être frustré à cause des difficultés rencontrées durant l'élaboration du projet entrepreneurial.

De plus, l'entrepreneur doit avoir le goût de la compétition pour marquer sa présence dans le marché, se démarquer de ses concurrents et surpasser ses concurrents en fournissant un produit avec un meilleur rapport qualité/prix, sans jamais sacrifier son intégrité pour le bien de quelques billets.

---

<sup>39</sup>Berreziga A, « L'entrepreneuriat en Algérie : Réalités et Perspectives », op-cit, p: 95

# Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

---

## 3.1.4. L'esprit d'innovation et la prise de risque

Schumpeter est le premier auteur qui associe l'entrepreneur à l'innovation et le voit comme agent de changement. En effet, selon Fayolle « la fonction d'innovation est importante et fait de l'innovation un vecteur important du développement économique ». <sup>40</sup>

Par ailleurs, l'innovation fait toujours référence à une prise de risque, en effet, l'entrepreneur engage ses propres ressources financières pour atteindre ses objectifs, en même temps, il prend le risque de leur perte dans le cas où son projet entrepreneurial échoue. En effet, pour Coster, l'entrepreneur prend des décisions dans l'incertitude du résultat final. Dans le même ordre d'idée, Cotillon considère l'entrepreneur comme la personne qui assume les risques liés aux contraintes du marché et aux fluctuations des prix, car il effectue des achats à prix certains, mais ses ventes sont incertaines selon la réaction des consommateurs et la situation du marché. <sup>41</sup>

De ce fait, l'entrepreneur doit être prêt à prendre des risques calculés s'il veut réussir. En effet, en affaires, parfois, il doit faire confiance à son intuition, lorsqu'il n'a pas assez d'informations ni de temps pour prendre une décision rationnelle. Cependant, il doit s'assurer de la faisabilité de son business plan avant de commencer le projet.

Le tableau suivant récapitule les caractéristiques fréquemment attribuées aux entrepreneurs dans la littérature de la recherche. Cela ne signifie pas que c'est une liste exhaustive de toutes les caractéristiques ou que tous les entrepreneurs présentent toutes ces caractéristiques :

---

<sup>40</sup>Fayolle A, « Introduction à l'entrepreneuriat », op-cit, p:19.

<sup>41</sup>Bereziga A, « L'entrepreneuriat en Algérie : Réalités et Perspectives », op-cit, p : 94.

# Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

**Tableau 04 : les caractéristiques fréquemment attribuées aux entrepreneurs**

1. Initiative	10. Besoin d'autonomie
2. Intuition	11. Besoin d'accomplissement
3. Passion	12. Capacité d'apprentissage
4. Prévoyance et Vision	13. Connaissance de soi
5. Polyvalence	14. Détermination
6. Prise de risque modérée	15. Persévérance et énergie
7. Tolérance à l'ambiguïté et à l'incertitude	16. Flexibilité
8. Leadership	17. Capacité sociale
9. Ouverture au changement	18. Imagination et créativité
	19. Expérience professionnelle

**Source :**Fillion J.L. Ananou C, Schmitt C, « réussir sa création d'entreprise sans business plan », édition Eyrolles, paris, octobre 2012,p 23.

## 3.2. Les objectifs de l'entrepreneur

Pour chaque entrepreneur voulant, la survie et la meilleure réalisation de la vision stratégique permettant le développement de son entreprise « objectif » contient la notion du temps c'est-à-dire court, moyen et long terme.

Les objectifs sont multiples et diffèrent selon la vision stratégique de l'entrepreneur. Les principaux objectifs de l'entrepreneur sont :

### 3.2.1. La satisfaction des clients et la qualité

Dans toutes les entreprises, entrepreneur mit en œuvre tous les moyens nécessaires afin d'améliorer les produits offerts, pour la satisfaction de la clientèle.

« L'amélioration qualitatif du produit et du service à la clientèle est présentée comme une priorité de la politique commerciale »<sup>42</sup>. Pour améliorer l'image de l'entreprise, il est primordiale de passer par une démarche d'amélioration de la qualité, c'est-à-dire qualité du produit, qualité de la gestion, des conditions de travail.

<sup>42</sup>Dédier Van Caille et Claire Lambrecht, l'entrepreneur, ses motivations, sa vision stratégique, ses objectifs, Mai 1995, p17.

# Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

---

## 3.2.2. L'indépendance financière

L'indépendance économique et financière est un objectif fondamental. La volonté d'indépendance estime la recherche d'une certaine sécurité financière pour éviter une dépendance vis-à-vis de personnes extérieures de l'organisation.

Pour assurer une certaine indépendance financière, le comportement des entrepreneurs doit être penché vers l'autofinancement pour éviter toute forme d'endettement à long terme, surtout dans le cas des entreprises familiales, pour les entrepreneurs montrent une grande méfiance aux personnes tierces qui pourraient menacer leur indépendance financière et leur pouvoir de gestion.<sup>43</sup>

## 3.2.3. La croissance de chiffre d'affaires, et la croissance des bénéfices

La croissance de toute entreprise est liée directement au croisement de chiffre d'affaire et de bénéfice. C'est un but tracé et classé principal pour chaque entrepreneur d'assurer une rentabilité financière suffisante pour couvrir les charges de l'entreprise.

La pluparts des entrepreneurs la croissance est égale à la croissance interne de l'entreprise, qui veut dire l'élévation des réinvestissements des ressources excitantes dans l'entreprise.

D'autres entrepreneurs, préfèrent une croissance externe c'est-à-dire l'acquisition d'actifs d'autres sociétés par des prises de participation. Ce type est considéré comme un moyen d'obtenir de l'expérience plus rapidement.

---

<sup>43</sup>Dédier Van Caille et Claire Lambrecht, l'entrepreneur, ses motivations, sa vision stratégique, ses objectifs, Mai 1995, p18.

# Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat

---

## Conclusion

En guise de conclusion pour ce chapitre, nous avons essayé de faire une revue sur le cadre théorique de l'entrepreneuriat. Nous rappelons que l'entrepreneuriat est perçu comme un phénomène hystérogène et complexe ; l'acteur principale 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.

# *Chapitre II*

**Le capital social de l'entrepreneur**

**Cas**

**Des entrepreneurs créateurs dans la  
région d'AZAZGA**

## **Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA**

---

### **Introduction**

Le capital social décrit certaines circonstances où un individu peut utiliser sa participation dans des groupes ou des réseaux pour sécuriser ses bénéfices.

Dans ce chapitre, nous allons présenter dans un premier lieu le capital social de l'entrepreneur, ses différentes définitions, les catégories et formes. Ensuite, les approches de capital social selon les auteurs BOURDIEU, COLEMAN, PUTNAM. Enfin, on présentera les dimensions fondamentales du capital social.

En deuxième lieu, on présentera la méthodologie utilisée, et expliquer la démarche suivie concernant les objectifs de l'enquête et son déroulement, le contenu du questionnaire, l'échantillon étudié et la collecte d'information.

Troisièmement, on présentera les résultats de notre enquête et les conseils donnés aux jeunes créateurs des PME.

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

---

### Section 01 : le capital social de l'entrepreneur

Tour à tour exécutant des commandes publiques, commerçant, technicien, industriel, gestionnaire, organisateur, ou un peu tout cela à la fois, écartelé entre le manager salarié et l'actionnaire, lui qui est à la fois propriétaire de son entreprise et qui l'a dirigé<sup>1</sup>.

L'entrepreneur ne peut être seulement défini par ses caractéristiques économiques. D'autant que, on l'a vu, sa réussite ne repose pas ses seuls compétences.

L'entrepreneur ne peut donc être compris qu'en rapport avec la société qui lui accorde ce rôle : c'est un agent social. La fonction économique qu'il occupe lui a été donnée par une société qui a placé l'enrichissement personnel au rang de valeur suprême. Son rôle consiste à risquer son capital en créant une entreprise pour en gagner davantage. Mais tous les individus ne disposent pas des mêmes ressources pour jouer ce rôle. La création d'une entreprise d'une part, la réussite d'autre part, sont conditionnées par les ressources financières, les connaissances théoriques et empiriques (sanctionnées ou non par un diplôme) et les relations personnelles et institutionnelles que le candidat entrepreneur sera en mesure de mobiliser pour mener à bien son projet. Bref, tout ce que l'on peut appeler un capital social, pour répondre la formule de P. Bourdieu.

#### 1.1. Définition du capital social

Le capital social connaît depuis le dernier quart du XX ème siècle, une recherche féconde en sciences sociales. Plusieurs auteurs se sont intéressés à ce concept et ont proposé de nombreuses définitions.

**Pierre Bourdieu** définit le capital social comme « l'ensemble des ressources actuelles ou potentielles qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations plus ou moins institutionnalisées d'interconnaissance et d'interconnaissance, ou en d'autres termes, à l'appartenance à un groupe, comme ensemble d'agent qui ne sont pas seulement dotés de propriétés Communes (...) Mais aussi de par des liaisons permanentes et utiles ».<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> BOUTILIER.S, UZUNIDIS.D, « la légende de l'entrepreneur : capital social, ou comment viens l'esprit d'entreprise », édition la découverte et syros, paris 1999, P 110

<sup>2</sup>P. BOURDEAU, «le capital social, notes provisoires », actes de la recherche en sciences sociales, n°31, Paris, 1980.

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

---

**Woolcok et Narayan** ont défini le concept social : «comme l'ensemble des normes et des réseaux qui facilitent l'action collective lui confèrent deux dimensions : la première liée aux normes et aux valeurs (règles informelles) qui régissent les interactions entre agents et la seconde le détermine par ses caractéristiques structurelles. Dès lors, le capital social désigne le cadre formel au sein duquel s'établissent les relations entre les agents économiques. Le capital social est alors constitué des institutions formelles et informelles qui facilitent l'action collective. »<sup>3</sup>

**Knoke. D (1999)** : «le capital social est le processus à travers lequel les acteurs créent et mobilisent leur réseau social à l'intérieur et entre les organisations afin d'accéder à des ressources possédées par des autres acteurs ».

Dès lors, le capital social de l'entrepreneur est un ensemble des relations sociales (amis, famille, collègues, clients, fournisseurs, investisseurs, Etat, etc.) que possèdent un individu et la valeur ajoutée ou les ressources que lui procurent ces relations.

Le capital social est un processus qui évolue au fil du temps, résonnant avec la croissance du nombre de connaissance de l'entrepreneur et donnant lieu à un nombre évolutif des ressources externes.

### 1.2. Les catégories et les formes de capital social

Les possibilités d'analyse et les périmètres d'explication et de recadrage du concept transforment profondément le capital social, il prend plusieurs catégories et formes :

#### A) Les catégories de capital social <sup>4</sup>

Le capital social de l'entrepreneur peut être subdivisé en trois catégories :

---

<sup>3</sup>PERRET. C, «capital social et nuel d'entreprises en Algérie », in: mondes en développement, 2010/1 n° 149.p106.

<sup>4</sup>Cité par BOUTILLIER ET DIMITRIE UZUNIDIS, « l'entrepreneur : une analyse socio-économique », éd Economica, Paris, 1999, P(48,49).

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

---

- Le capitale connaissance : il correspond à l'ensemble des savoirs et des savoirs faire accessibles à l'individu, c'est en d'autres termes tout à la fois ses propres connaissances que celles qu'il pourrait mettre à son service.

-Le capital financier : comprend l'ensemble des ressources financières de l'entrepreneur, existants et Potentiels (accès au crédit).

-Le capital relations : comprend l'ensemble des relations plus ou moins institutionnalisées d'interconnaissances et d'inter reconnaissance il peut aussi s'agir de relations institutionnelles entretenues avec des institutions publiques ou privées de toutes natures (banques, ministères, organismes d'aide divers, etc.).

### **B) Les formes de capital social <sup>5</sup>**

De nombreux thèmes se retrouvent récentes encore sur la hiérarchie et les formes du capital social, les interprétations des précurseurs en ce sujet ont permis de distinguer :

- a. Le capital social de liaison (Bonding social capital) : est la typologie du capital social au sein d'un réseau avec les pairs et les personnes de proximité rationnelle.
- b. Le capital social d'intégration (Bridging social capital) : est le capital social permettant d'explorer d'autres réseaux sociaux.
- c. Le capital social de réseautage (Networking social capital) : est l'œuvre des efforts fournis pour accéder aux ressources d'autres communautés.
- d. Le capital social structurel : recouvre la situation d'une personne au sein des réseaux sociaux et la structure sociale des différents groupes d'appartenance.
- e. Le capital social cognitif : inclut les actifs issus de la cognition collective et les valeurs considérées comme dénominateur commun au sein des groupes.
- f. Le capital social relationnel : c'est le capital d'une personne qui s'engage dans des processus d'échange et de socialisation impliquant l'investissement en la confiance et les obligations et les normes communes.

---

<sup>5</sup>Achour Fatima Zahra et Laghrissi Zouhair, « Le capital social en entrepreneuriat : une introduction théorique et une délimitation contextuelle », volume 4 issue 4, Décembre 2020.

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

---

### 1.3. Les approches de capital social

Trois approches permettent de sauvegarder une compréhension claire de fondement du capital social, c'est l'approche Bourdieu, l'approche de Coleman, l'approche de Putnam :

#### 1.3.1. Le capital social selon l'approche de BOURDIEU.P

L'intérêt principal de Bourdieu, en faisant usage du capital est d'ébaucher une théorie générale de la reproduction sociale<sup>6</sup>. BOURDIEU.P exprime en ces termes son objectif « pour revenir au capital, construire ce concept, c'est produire le moyen d'analyser la logique selon laquelle cette espèce particulière de capital est accumulée, transmise, reproduite, le moyen de comprendre comment elle se transforme en capital économique (...) le moyen de saisir la fonction d'institutions comme les clubs, tout simplement, la famille, lieu principal de l'accumulation et de la transmission de cette espèce de capital<sup>7</sup>. De ce fait le capital social est envisagé comme un processus de la dynamique du champ social, qui est un espace hiérarchisé par les positions des individus et des groupes. Ces individus et ces groupes mobilisent en effet, selon ses analyses, trois types de ressources pour accroître ou conserver leur position à l'intérieur de la hiérarchie sociale et bénéficier de privilèges matériels et symboliques qui y sont attachés : le capital économique, le capital culturel, le capital social.

**1.3.1.1. Le capital économique** un groupe social est d'abord identifié par rapport à ce qu'il possède comme richesse matérielle ou financière. Bourdieu utilise pour la mesure de ce capital la possession d'action (valeur mobilière)<sup>8</sup>. Le niveau de capital économique peut distinguer une classe sociale par rapport à une autre dans le sens où il constitue une condition pour qu'un individu sorte d'une classe inférieure (les ouvriers) pour faire partie d'une classe supérieure de la hiérarchie sociale. Il devient ainsi, un signe d'appartenance et de position sociale etc.

**2.3.1.2. Le capital culturel** pour que les propriétés de la classe sociale se reproduisent, il ne suffit pas de transmettre à ces membres que le capital économique, par la voie de l'héritage par

---

<sup>6</sup>CASTIGLIONE D., VAN DETH J. W., WOLLEB G., social capital's fortune: an introduction, in the handbook of social capital Oxford University Press 2008, 707 page, p 3

<sup>7</sup>Pierre BOURDIEU Question de sociologie, les éditions de minuit, 2002, 277 pages, p 56

<sup>8</sup>BOURDIEU.P., Questions de sociologie, les éditions de minuits, 277 page, p54

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

---

exemple, il faudrait transmettre aussi une compétence, des codes culturels et les autres signaux qui identifient cette classe.

Ce capital peut être formé soit des compétences incorporées dans la personne et acquises par l'éducation dont le diplôme et les titres sont les meilleurs signaux d'existence, soit des moyens matériels liés au monde l'art, de la culture. Ce capital lorsqu'il est reconnu chez les autres, peut se convertir en capital économique de par la valeur «monétaire» qui est attribuée à cette compétence. Mais Bourdieu reconnaît lui la difficulté d'explicitation théorique et empiriquement le mode de cette reversion<sup>9</sup>.

Les types de capitaux présentés sommairement, nécessitent un mécanisme d'accès, d'accumulation pour qu'ils produisent l'effet escompté pour l'individu à savoir l'amélioration, de sa position dans la compétition sociale. Ce mécanisme est le capital social.

**1.3.1.3. Le capital social** le capital social désigne pour BOURDIEU l'ensemble des ressources actuelles ou potentielles qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations plus ou moins institutionnalisées d'interconnaissance et d'inter reconnaissance ; ou, en d'autres termes, à l'appartenance à un groupe, comme ensemble d'agents (... ) unis par des liaisons permanentes et utiles<sup>10</sup>. Cette définition pose en quelque sorte une condition pour considérer les relations comme un capital. Non seulement, il doit exister une relation, mais ces relations doivent être profitables, c'est à dire porteuses ou potentiellement porteuses de ressources (matérielles financières, symbolique, ou culturelles). Cette profitabilité des liens donne au capital une valeur liée à la présence de ressources réticulaires utiles pour l'individu. Cette valeur éclaire les modalités d'appréciation du capital social dès lors qu'il est possible d'estimer le volume du capital social que possède un agent particulier grâce à l'observation de l'étendue du réseau des liaisons qu'il peut effectivement mobiliser et du volume du capital ( économique, culturel, ou symbolique) possédé en propre par les agents avec qu'il est en relation.

Par ailleurs, la valeur de ce capital change avec le temps à mesure que l'étendue de ce réseau change. En effet, dans l'article qu'il consacre au capital social, BOURDIEU insiste aussi

---

<sup>9</sup>Idem, p 57

<sup>10</sup>BOURDIEU.P., le capital social note provisoire, in Actes de la recherche en sciences sociales, 1980 Volume 31 Numérol pp. 2-3

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

---

sur le caractère dynamique de ce capital, car « l'existence d'un réseau de liaisons n'est pas un donné naturel (...) constitué une fois pour toutes mais le produit du travail d'instauration et d'entretien qui est nécessaire pour produire et reproduire des liaisons durables et utiles, propres à procurer des profits matériels ou symboliques. Les agents pour maintenir et améliorer leur position doivent fournir des efforts dans, entendu dans le sens d'un investissement afin d'actualiser le potentiel de ressources présent dans leur réseau relationnel. Une autre caractéristique est relevée par Bourdieu qui a trait à la convertibilité du capital en d'autres formes de capital. La convertibilité du capital social, qui s'opère dans le groupe ou dans la classe sociale, produit des sentiments d'obligation et de réciprocité qui constituent le fondement de la solidarité qui rend cette convertibilité possible.

Ce qu'on pourrait retenir de l'approche de Bourdieu, est que le capital social est principalement un actif individuel dans son utilisation et intentionnel dans sa formation pour assurer la fonction de « multiplicateur » du capital social des autres types de capitaux. D'autres auteurs ont tenté de consolider la construction théorique du concept mais dans des perspectives plus collective.

### 1.3.2. Le capital social comme un actif collectif, l'approche de COLEMAN James

C'est dans un sens légèrement<sup>11</sup> différent que COLEMAN. James développe dans la fin des années 1980 sa conception du capital social. A travers un article publié en 1988 « social capital in the creation of human capital », cet auteur introduit dans l'agenda de la recherche dans différentes disciplines comme la sociologie, l'économie et l'anthologie, la nécessité de porter un nouveau regard sur ce phénomène. La nouveauté avec COLEMAN c'est la mise en relief de la dimension collective du capital social. Ce dernier, n'est plus un bien individuel mais est un actif collectif qui sous certaines conditions peut produire des bénéfices économiques et non économiques à l'échelle d'une société<sup>12</sup>.

Cet auteur s'est servi du capital social comme d'un instrument permettant de transcender l'analyse micro et macro, en plaçant l'acteur et sa capacité à faire des choix dans sa définition.

---

<sup>11</sup>Avec BOURDIEU.P, Coleman.j partage la même vision sur l'aspect individuel

<sup>12</sup>COLEMAN.J., social capital in the creation of human capital, The American Journal of Sociology,, Vol. 94 Supplement: Organizations and Institutions: Sociological and Economic Approaches to the Analysis of Social Structure. 1988, pp. S95-S120. P S 100

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

---

Selon lui, les individus font des choix en étant guidés par leur propre intérêts, de ces choix résultent des actions et des relations entre les individus qui conduisent à la construction de relations durables qui font à la fois office de structures sociales et de ressources pour l'individu. Il introduit alors la notion de réciprocité qui conduit vers le capital social<sup>13</sup>

### 1.3.2.1.1e capital social selon l'approche de COLMAN

Cet auteur définit le capital social de la manière suivante : le capital social est défini par sa fonction, il n'est pas seulement une seule entité mais une variété d'entités qui ont deux caractéristiques communes : elles relèvent toute de la structure sociale, et facilitent certaines actions des acteurs-personnes ou une communauté qui participent dans cette structure. Comme d'autres formes de capital notamment le capital physique, le capital social est productif dans le sens où il permet aux personnes d'atteindre certain but où il n'est pas possible de les atteindre en l'absence de ce capital<sup>14</sup>. Mais cette analogie que fait l'auteur avec le capital physique n'est pas tout à fait complète.

Chez Coleman, le capital social ne résulte pas d'une telle décision » le capital social n'est donc pas produit : c'est plutôt qu'il se produit, à l'occasion d'autres activités. Au sens économique, il s'agit donc non d'un capital, mais d'une externalité. Et le fait que cette externalité, en facilitant les actions des individus, puisse avoir des effets bénéfiques n'en fait pas pour autant un capital<sup>15</sup>.

Mais en substance, il existe des éléments semble se dégager de cette définition, tout d'abord le capital social a une valeur dès lors qu'il produit des effets positifs pour ceux qui sont impliqués dans la structure sociale. Par structure social, il faudrait comprendre tous les éléments comme le réseau social, les normes sociales et les valeurs qui organisent et contraignent l'action des individus. Le second élément est que les bénéfices peuvent être obtenus par l'individu qui

---

<sup>13</sup> DESCHENAUX .F et LAFLAMME .C, « Réseau social et capital social : une distinction conceptuelle nécessaire illustrée à l'aide d'une enquête sur l'insertion professionnelle de jeunes Québécois », SociologieS [En ligne], Théories et recherches, mis en ligne le 02 juin 2009, <http://journals.openedition.org/sociologies/2902>, consulté le 12/09/2013, ppl-16, p3

<sup>14</sup> COLEMAN.J, OP CIT P S98

<sup>15</sup> PONTHEUX.S, op ct p 4

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

---

est dans le réseau social que les individus qui ne le sont pas à travers notamment. Pour COLEMAN.J le capital social revêt de trois formes fondamentales<sup>16</sup> :

**a. Des obligations et des attentes** à la fois du degré de confiance qu'accordent les individus à leur environnement social

À ce titre Coleman cite l'exemple suivant pour justifier cette firme capitale sociale<sup>17</sup> : Si A fait quelques choses (un service) pour B et fait confiance à ce dernier pour que dans la future ce service sera, en cas de besoins, rendu. Cette relation établie des attentes A envers B et en même temps une obligation peut être représentée comme une sorte de dette (crédit slip).

Si A accumule une multitude de ces crédits avec les personnes dont il est en relations, à ce moment on pourrait faire une analogie directe avec le capital financier (utilisation de ressources financières pour générer et accumuler un capital argent). Cette accumulation repose fondamentalement sur la confiance, en l'absence de laquelle ces relations ne peuvent produire l'effet escompté.

Cette accumulation repose fondamentalement sur la confiance, en l'absence de laquelle ces relations ne peuvent produire l'effet escompté.

**b. la capacité de circulation de l'information** au sein de la structure sociale

**c. les normes** qui régissent les comportements individuels et les sanctions qui les accompagnent pour leur respect et leur reproduction.

---

<sup>16</sup> COLEMAN.J, op ct p S98

<sup>17</sup> COLEMAN.J, op ct p S102

## **Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA**

---

### **1.3.2.2. Capital social comme un bien privé mais extensible à la communauté**

On pourrait déduire de ces trois formes la nature individuelle du capital social, et l'importance de la confiance dans la formation de ce type de capital. C'est d'ailleurs cette condition que COLEMAN désigne les réseaux fermés et denses comme les plus porteurs de capital social.

En effet, COLEMAN(1988) avance ainsi que la « fermeture » relationnelle est favorable à l'élaboration des normes et à la création d'un fort degré de confiance interpersonnelle. Mais cela n'empêche pas « COLEMAN de souligner son caractère d'externalité de l'action individuelle : les individus créent du capital social son le vouloir est bénéficient d'un capital qu'ils n'ont pas créé »<sup>18</sup>.

Les travaux sur la capital social qui se sont succéder après COLEMAN.J ont connu une autre direction, notamment la recherche de la transition de l'approche individuelle vers une conception macro social qui pourrait conceptualiser son rôle à l'échelle d'une société. Cette conception devenait possible avec les travaux de PUTNAM.R

### **1.3.3. Le capital social selon l'approche de PUTNAM.R**

A l'origine PUTNAM.R applique une conception collective du capital social et joint ainsi COLEMAN.J dans l'idée des externalités positives qui peuvent intervenir dans une structure sociale. Mais il se trouve qu'avec PUTNAM.R cette dimension publique (par opposition à privée, c'est-à-dire individuelle) du capital social est encore accentuée.

La définition qu'apporte PUTNAM.R du concept de capital social est essentiellement fondée sur les résultats de plusieurs recherches empiriques. La première engagée dans les années 1970 et dont les résultats sont publiées dans un livre « marking decomcracy work » (1993) s'intéressait aux performances institutionnelles des 20 régions administratives italiennes. De la comparaison de ces régions se dégage un bilan sans ambiguïté : il y a des régions-plutôt au Nord-où les gouvernements locaux sont stables. Et il y a des régions-plutôt au Sud-où, c'est tout le contraire. Et cette différence ne s'explique ni par des différences de richesse, de tendance

---

<sup>18</sup>PERRET B., 17. De la valeur des structures sociales : capital ou patrimoine ?in Antoine bevort et al., le capital social, la découverte I « recherches/Mauss », 2006 pp 293-314, p 296

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

---

politique, de démographie ou de géographie<sup>19</sup>. Pour PUTNAM, cette différences ; est du stock de capital social existant dans les deux régions. Les régions qui jouissaient d'une tradition d'engagement collectif s'était enrichi d'avantage, nous avons découvert, à notre grand étonnement, que ce phénomène de connectivité civile était un élément clé pour expliquer le meilleur rendement de certaines institutions mais aussi, au moins partiellement des niveaux différenciés de bien être économiques<sup>20</sup>. Aux Etats-Unis, ROBERT PUTMAN consacre un ouvrage «Bowling alone : America's declining social capital », en 1995. Ce livre consacré à la baisse du capital social (diminution intergénérationnelle de la participation civique de américains) à partir des années 1950, à ses causes possibles, à ses conséquences et aux remèdes que l'on peut y apporter. Le point de départ de la carrière du capital social, et l'article auquel se réfère presque toute la littérature de cinq années qui suivront<sup>21</sup>

Sur la base de ses recherches empiriques, PUTNAM.P, définit le capital social comme «les aspects de la vie collective qui rendent la communauté plus productive, soit la participation, la confiance et la réciprocité »<sup>22</sup>.

PUTNAM.P, définit le capital social comme les aspects de la vie collective qui rendent la communauté plus productive, soit la participation la participation, la confiance et la réciprocité. Ces caractéristiques de l'organisation sociale comme facilitent la coordination et la coopération pour un bénéfice mutuel<sup>23</sup>.

Pour PUTNAM.P le réseau social sont certes le récipient dans lequel se produit le capital social, mais ils sont insuffisants, il faudrait un certain niveau de confiance qui fait produire les effets positifs des relations sociales.

---

<sup>19</sup> PONTHEUX.S., Le concept de capital social, analyse critique, Insee -Division « Conditions de vie des ménages » Contribution au 10ème Colloque de l'ACN, Paris, 21-23 janvier 2004, pp1-25, p 6

<sup>20</sup>PUTNAM R.D., Le déclin du capital social aux États-Unis, Lien social et Politiques, N° 41, 1999, pp 13-22, p14

<sup>21</sup>PONTHEUX.S., idem, p6

<sup>22</sup>PUTNAM R.D., idem, p14

<sup>23</sup> Cité par ADLER PAULS., KWON. S —W., Social Capital: Prospects for A New Concept, Academy of ManagementBeviewi 2002, Vol. 27, N°. 1, 2002,pp17-40, p21

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

---

### 1.4. Les dimensions fondamentales du capital social<sup>24</sup>

Les auteurs vont, cependant, plus loin et proposent de discerner trois dimensions interconnectées du capital social : la dimension structurelle, la dimension cognitive et la dimension relationnelle.

#### 1.4.1. La dimension structurelle du capital social

La dimension structurelle vise à capturer la structure du réseau de relation entre acteurs. Pour Nahapiet et Ghoshal(1998), la dimension structurelle du capital social se compose de différentes facettes dont les principales de rattachent respectivement à la présence ou l'absence de liens entre les acteurs, à l'appropriation de ces liens et à la configuration du réseau proprement dit (densité, connectivité et hiérarchie).

La dimension structurelle intervient en ce qu'elle favorise à la fois le transfert (Colman, 1988) et l'étendue de l'information qui peut être accessible (Arregle, Very et Raytcheva, 2001). Le degré d'interconnexion des relations interpersonnelles agit sur la qualité de l'échange et oriente les actions des individus dans un sens conforme aux intérêts de chacun.

Il est communément admis que la nature des liens sociaux peut revêtir une double nature (Granovetter, 1973). Ils sont dits « faibles » lorsque les liens renvoient à des connaissances vagues ou superficielles (weakties). Ils sont, au contraire, dits « forts » lorsque les connaissances en question appartiennent au cercle intime d'un individu (strongties). Les auteurs ne s'entendent pas toujours sur la configuration optimale d'un réseau de relations. Le débat est notamment perceptible dans l'opposition des travaux de Coleman (1988,1990) à ceux de Burt(1992,2001). Le point de discordance réside dans les performances que la morphologie d'une structure permet d'atteindre. Selon Coleman (1988), une structure fermée est d'avantage porteur de capital social alors que chez Burt(1992), c'est précisément l'existence de trous structuraux, c'est-à-dire l'absence de relation entre deux personnes reliées à une même troisième, qui confère à cette dernière personne un avantage.

---

<sup>24</sup>Julien De Freyman Et Katia Richomme-Huet Et Robert Paturel, « du capital social au management relationnel », études et recherche méditerranéennes en management des entreprises, IAE Toulon Var- Université du SUD Toulon-VAR, aims 2005.

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

---

### 1.4.2. La dimension cognitive du capital social

Cette dimension revoit aux ressources fournissant une représentation partagée et un système de représentations entre les acteurs (Arregle, Very et Raytcheva, 2001). Selon Jodelet(1991), le sujet et social, porteur « des idées, valeurs et modèles qu'il tient de son groupe d'appartenance et des idéologies véhiculées dans la société ». Ainsi, à travers sa représentation, l'individu donne un sens à son expérience. Selon Moscovici (1976), les représentations sociales permettent aux individus d'intégrer des données nouvelles (connaissances, idées neuves) à leurs cadres de pensée, voire de les enraciner dans un système de pensée préexistant. De plus, elles ont une fonction sociale au sens où elles créent du lien et qu'elles aident les gens à communiquer, à se diriger dans leur environnement et à agir. Elles engendrent donc des attitudes, des opinions et des comportements dont la compréhension, ou au moins l'appréhension, permet d'envisager une gestion au sens de conduite habile et non de pilotage. Ainsi, Abric(1994) estimé que l'individu comprend la réalité à travers son propre système de références et se positionne en conséquence.

Pour les gestionnaires, les représentations ont une importance particulière dans la constitution du capital social et incluent des langages, des codes et des expériences partagés (Nahapiet et Ghoshal, 1988). Le langage commun est la clé de voûte de la relation sociale. C'est par son intermédiaire que les individus discutent et s'échangent des informations différentes natures. Il rend possible l'interaction et la coopération entre les membres de la structure sociale indispensables à la création de représentations partagées (Allard-Poesi, 1997), notamment à travers un processus de socialisation (Nonaka, 1994). Le partage d'un langage commun facilite donc la capacité des individus à accéder aux autres et aux informations dont ils disposent (Nahapiet et Ghoshal, 1998).

Au-delà de l'existence de code et de langages partagés, l'émergence d'expérience et d'histoires communes au sein d'une communauté favorise la création et le transfert de nouvelles interprétations de telle sorte que soit facilitée la combinaison de différentes formes de connaissances (Nahapiet et Ghoshal,1998), les représentations et les formes d'expériences partagées se construisent à travers un processus interactif de socialisation, c'est-à-dire par l'intermédiaire de lui des quatre « modes de conversion en connaissance» distingués par Nonaka et Takeushi(1995). Elles permettront aux individus de communiquer, structurer et interagir sur la base d'un contexte partagé et compris de tous.

## **Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA**

---

### **1.4.3. La dimension rationnelle du capital social**

Cette dimension correspond à la nature des relations que les auteurs ont développées entre eux. Selon les auteurs (Nahapiet et Ghoshal, 1998), cette dimension se caractérise par un fort degré de confiance, de normes, de perception d'obligations partagées et par l'identité commune. «La confiance représente des attentes qui se constituent, à l'intérieur d'une communauté régie par un comportement régulier, honnête et coopératif, fondé sur des normes habituellement partagées de la part des autres membres de cette communauté» (Fukuyama, 1995). Cette définition associé plus étroitement capital social et confiance. Cependant, pour d'autres auteurs, la confiance conduit à un passif social : c'est « une volonté délibérée d'être vulnérable aux actions d'une autre partie fondée sur l'espérance que celles-ci accomplira une action importante pour la partie qui accorde sa confiance (... ) » (Mayer et Ali, 1995). Cette approche tend à démontrer que la confiance reste un pari sur le gain de la relation créée.

Effectivement, le terme de dimension relationnelle ne doit pas occulter la finalité première de toute entreprise marchande, à savoir tirer un bénéfice des ressources captées : elle n'est qu'un moyen au service d'une fin «c'est en effet en s'engageant des certaines interactions et en s'investissant au sein de relations que les entrepreneurs ambitionnent d'atteindre les objectifs qu'ils se sont fixés, de capturer des ressources au travers de ces relations, de faire des profits»(Plociniczak,2004).

# Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

---

## Section 2 : Méthodologie et ordonnancement de la recherche

Pour le besoin de notre travail de recherche, nous avons mené une enquête sur la région d'AZAZGA, à partir d'un échantillon de création d'entreprise.

### 2.1. Objectif de l'enquête

La création d'une entreprise est une source dans la création des richesses et dans la compétitivité du tissu industriel d'une société. Cette création joue un rôle important dans la croissance socio-économique du pays. Elle se base sur deux éléments essentiels :

En premiers, 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 à vécu plusieurs événements, ce milieu influence l'action d'entrepreneur que ce soit dans l'idée de création ou tout au long du cycle de vie de l'entreprise. En effet, l'environnement familiale, professionnel ont un effet déterminant dans l'action de création.

Notre enquête vise à faire ressortir le profil des entrepreneurs de la région d'AZAZGA, les caractéristiques de leur entreprise (la taille de l'entreprise, source de financement, secteur d'activité). Aussi, identifier le capital social de l'entrepreneur, ainsi que, nous allons présenter l'influence des dispositifs d'aide à la création.

### 2.2. La taille de l'échantillon

Pour établir une représentation plus proche de la réalité, nous avons choisi un échantillon selon la technique probabiliste, il est de type « échantillon aléatoire simple ».

Ce choix s'explique essentiellement par le fait que l'échantillon a été constitué de façon à éviter les non réponses, réduire les couts de l'enquête ainsi que ses délais. Notre choix de la dimension de cet échantillon s'appui sur les critères suivants :

- La disponibilité des entrepreneurs à répondre à notre questionnaire ;
- La connaissance des lieux de l'enquête.

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

Notre échantillon se compose de 12 entrepreneurs sur une population de 15 individus. Nous avons pu récupérer 12 questionnaires soit 80% sur les 15 contactés, et seulement 3 questionnaires soit 20% non récupérés ont fait l'objet de non réponses ou mal remplis, ce qui a amené les supprimer de notre étude vue leur manque de crédibilité.

Les résultats de la distribution et récupération sont présentées dans le tableau suivant :

questionnaire	Nombre	Nombre d'entreprises dans l'échantillon	Taux %
Récupérés		12	80
Non récupérés		3	20
Total		15	100

*Tableau n°1 : la taille de l'échantillon de l'enquête*

Notre enquête à rencontrer quelques difficulté, dues principalement à :

- Le non disponibilité de certains entrepreneurs ;
- Le refus de certains entrepreneurs de répondre au questionnaire ;
- La non-conformité de quelques questionnaires.

### 2.3. L'idée de questionnaire

Pour le besoins de notre enquête nous avons utilisé un questionnaire adressé aux chefs d'entreprises, et pour finalité de répondre à la question d'étude de la partie théorique : « **quel est le rôle du capital social dans le processus de création ? Autrement dit quand et comment l'entrepreneur mobilise ses relations pour accélérer le processus de création ?** »

A fin de répondre à cette question, il faudra répondre à sous question suivants :

Q1- quel est le profil de l'entrepreneur ?

Q2- quels sont les caractéristiques de l'entreprise créée ?

Q3- est ce que le capital social de l'entrepreneur peuvent contribuer à la réussite des entreprises créées ?

Q4- est ce que les dispositifs d'aides à la création peuvent-ils influencer les jeunes à créer leurs entreprises ?

## **Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA**

---

Les questions portent essentiellement sur quatre phases :

### ***Phase I : l'identification de l'entrepreneur***

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

### ***Phase II: caractéristiques de l'entreprise créée***

Cette section est réservée pour la détermination et l'identification de l'entreprise créée à savoir l'année de création, statut juridique, l'idée de création, l'activité de son entreprise.....etc.

### ***Phase III : le capital social de l'entrepreneur***

Cette section a pour but de voir les objectifs et les raisons réelles ayant poussé l'entrepreneur à la création de son entreprise, et l'influence de son entourage social.

### ***Phase IV : l'influence des dispositifs d'aide à la création***

Cette dernière section consiste à déterminer le choix des entrepreneurs de choisissiez les organismes de soutien lors de la création de leur entreprise.

## **2.4. La formulation du questionnaire**

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

- Questions fermées à choix multiples :

« Exemple : question n°7 »

- Questions fermées à réponse unique :

« Exemple : question n°1 »

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

---

- Questions ouvertes :

« Exemple : question n°23 »

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 questionnées de répondre
- ✓ Un vocabulaire simple
- ✓ Des questions ouvertes pour mieux enrichir les réponses.

### 2.5. Le déroulement du questionnaire

L'enquête a été lancée au début du mois de septembre 2021. Pour remplir le questionnaire, nous avons opté pour la méthode qualitative qui vise à comprendre et analyser les propos recueillis ou de comportements observés. En premiers temps, nous avons utilisé la technique de l'entretien « Face à Face ». Nous nous sommes déplacés au niveau du siège des entreprises, pour rencontrer personnellement les dirigeants et propriétaires de ces entreprises pour leur administrer le questionnaire.

Cela nous a permis :

- Une crédibilité des réponses
- Une bonne observation des attitudes et les comportements des interviewees
- La possibilité d'entretien

On note que pour des raisons de temps et de disponibilité des chefs d'entreprise questionnés, nous avons opté pour une deuxième technique qui consiste à déposer le questionnaire au niveau de l'entreprise pour être rempli et de le récupérer ultérieurement.

La passation du questionnaire a été bien accueillie par certains entrepreneurs, qui n'ont pas hésité à nous consacrer du temps nécessaire, à nous parler d'eux-mêmes, de leurs exploits personnels, de leurs motivations, de leur façon de gérer, de prendre des risques et de leur esprit d'entreprise et d'indépendance.

## **Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA**

---

Il faut savoir que, toute au long de notre enquête, nous avons rencontré d'énormes difficultés, à savoir :

- La difficulté de fixer des rendez-vous avec les entrepreneurs pour faire les entretiens
- La difficulté de faire des entretiens avec les chefs d'entreprise, qui ont beaucoup de responsabilités et qui n'ont pas assez de temps pour répondre à nos questions
- La méfiance de certain entrepreneur de répondre à nos questions.

### **2.6. Traitement du questionnaire**

Nous avons choisi un traitement informatisé pour un meilleur traitement de données. Les questionnaires ont été vérifiés et codifiés pour constituer une banque de données à partir de laquelle des statistiques ont pu être opérées à l'aide du langage Microsoft Excel.

En recensant les statistiques qui nous permettent d'analyser notre base de données à travers les tableaux de fréquence, et enfin à faire sortir les résultats et réponses à propos des questions qu'on avait posées au départ.

Ayant aussi présenté les démarches méthodologiques de notre enquête, nous procéderons à la présentations et analyse des résultats de l'enquête de terrain qui fera l'objet de la troisième section.

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

### Section 3 : Présentation et analyse des résultats

Dans cette section nous allons présenter les entreprises qui forment notre échantillon d'étude. Ainsi on va présenter les résultats d'enquête par une présentation des tableaux de distribution des fréquences et le pourcentage%.

#### 1. Présentation des entreprises des entrepreneurs interrogés

L'entreprise	Forme juridique	Nombre de salariés	Activité de l'entreprise	L'année de création
<b>Entreprise des travaux bâtiment</b>	EURL	19	travaux bâtiment tout corps d'état	2019
<b>Entreprise Fromagerie</b>	Personne Physique	05	fromagerie	2010
<b>Entreprise d'architecture</b>	/	01	bureau d'études technique	2013
<b>Entreprise couturière</b>	Personne Physique	02	Couturière	2013
<b>Entreprise lavage</b>	/	/	Lavage Auto, Vidange Voiture	2017
<b>Entreprise bâtiment</b>	SNC	05	Etude Et Réalisation En Bâtiment Et Travaux Publique Et Hydraulique	2013

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

<b>Entreprise menuiserie aluminium</b>	Personne Physique	/	Aluminium Et Pvc	2017
<b>Entreprise maçonnerie</b>	/	02	Maçonnerie	2015
<b>Entreprise coiffure dames</b>	Personne Physique	02	Coiffure.	2010
<b>Entreprise fabrication d'aliment de bétail et volaille</b>	SARL	100	Abattage, Elevage, A Accoupage Et Fabrication D'aliment De Bétail Et Volaille.	2003
<b>Entreprise d'étanchéité</b>	Personne Physique	12	Entreprise Travaux D'étanchéité, Bâtiment, Plomberie	2019
<b>Entreprise pâtisserie</b>	Personne Physique	10	Préparation Des Pâtisseries & Viennoiseries	2016.

**Tableaux n°2 : Présentation des entreprises des entrepreneurs interrogés**

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

### 2. Présentation et identification de l'entrepreneur

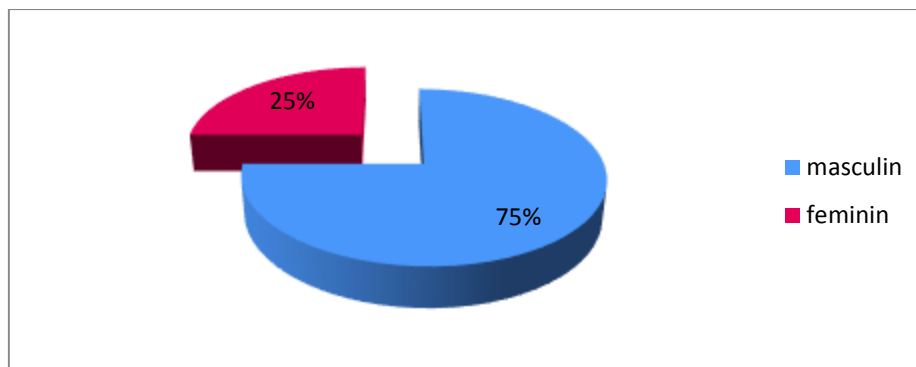
L'entrepreneur est l'acteur principal dans l'activité de la création d'entreprise. Il est la source de l'idée. C'est à lui que revient la décision de se lancer dans la création. Il évolue dans un milieu qui l'influence, et sur lequel il a des effets par son action créatrice. Donc il est nécessaire de dessiner un profil à l'entrepreneur à travers notamment son sexe, son âge, son niveau d'instruction...etc.

#### 2.1. La répartition des enquêtés selon le sexe

Notre enquête a abouti un résultat présenté dans le tableau suivant :

Sexe		
Sexe	Fréquence	pourcentage(%)
Masculin	9	75
Féminin	3	25
Total	12	100

*Tableau n°03 : Sexe des entrepreneurs*



*Figure n° 01 : Représentation du sexe des entrepreneurs par des diagrammes en secteurs*

#### Commentaires :

Selon les résultats de notre enquête présente dans le tableau, les hommes Représentent une part très importante au sein de la catégorie entrepreneur. En effet, sur 12 entrepreneurs enquêtés, 9 sont des entrepreneurs hommes, soit 75% de la population enquêtée.

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

La part des femmes entrepreneuses et moins importante que celle des hommes, elle représente que 25% de la population enquêtée.

Ceci montre que le genre masculin est dominant dans l'activité entrepreneuriale et le genre féminin occupe une place marginale dans notre société.

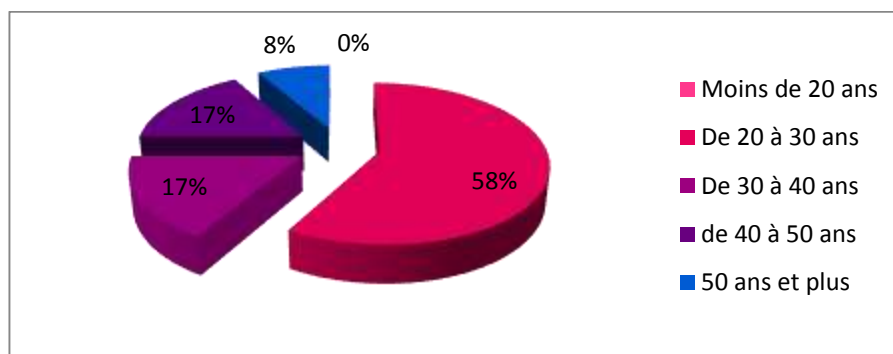
Vue les caractéristiques socioculturelles de notre pays, l'entrepreneuriat est une activité quasiment réservée aux hommes et les femmes sont les plus centrés sur la famille, ou être salariées dans une entreprise.

### 2.2. La répartition des enquêtés selon l'âge

Le tableau suivant résume les résultats de la répartition des entrepreneurs enquêtés selon leurs âges

Age	Fréquence	Pourcentage %
Moins de 20 ans	0	0
De 20 à 30 ans	7	58
De 30 à 40 ans	2	17
De 40 à 50 ans	2	17
50 ans et plus	1	8
<b>Total</b>	12	100

*Tableau n°4: répartition des enquêtés selon l'âge*



*Figure n°02 : répartition des enquêtés selon l'âge par des diagrammes en secteurs*

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

### Commentaires

Selon les données de ce tableau, on remarque que la catégorie d'âge de 20 à 30 ans occupe le taux le plus élevé avec 58.33 % des enquêtés, suivi de la catégorie d'âge de 30 à 40 ans et de 40 à 50 ans qui représente le même pourcentage qui est 16.66 % des enquêtés.

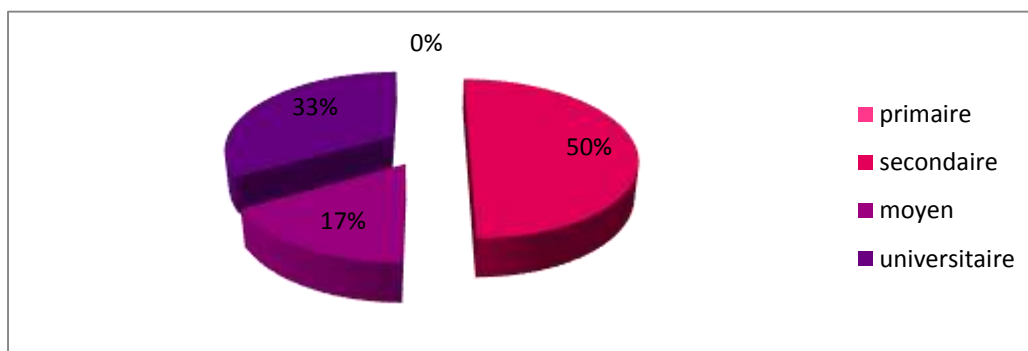
On déduit que la majorité des enquêtés interrogés sont âgés entre 20 ans et 30 ans. Cela s'explique que l'entrepreneur se lance dans la création de l'entreprise assez jeune.

### 2.3. La répartition selon le niveau d'instruction

Les entrepreneurs enquêtés ont répondu comme suit :

Niveau d'instruction	Fréquence	Pourcentage %
Primaire	0	0
Secondaire	6	50
Moyen	2	17
Universitaire	4	33
Total	12	100

*Tableau n°05: répartition des enquêtés selon le niveau d'instruction*



*Figure n°03 : représentation du niveau d'instruction des enquêtés par des diagrammes en secteur*

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

---

### Commentaires

Selon les données de ce tableau on remarque que :

Les enquêtés qui ont un niveau d'instruction secondaire représente le pourcentage de 50 % en premier lieu, suivi du niveau universitaire avec un pourcentage de 33%, en dernier lieu le niveau d'instruction moyen avec un taux de 17%.

On déduit à travers les données de ce tableau que la création d'entreprise attire des jeunes qui ont des niveaux d'instructions différents, avec une dominance du niveau d'instruction secondaire, qui est représenté par les entrepreneurs qui n'ont pas eu leur baccalauréat suite à leur échec scolaire, ce qui les a poussés à suivre des formations qualifiantes afin de s'orienter vers la vie professionnelle comme la création des entreprises.

Alors que le niveau universitaire, est représenté par les entrepreneurs diplômés de différents domaines d'études à savoir : ingénieur en génie civile, architecture...etc. qui veulent entamer une carrière entrepreneuriale en mettant en pratique leur bagage théorique pour réussir leurs vies professionnelles.

Tandis que le niveau moyen, représente les jeunes promoteurs qui ont échoué dans leur études et qui ont travaillé dans plusieurs domaines tels le commerce et la maçonnerie, ce qui les a permis d'acquérir certaines expériences professionnelles, pour être qualifiés à créer leur propre entreprise par la suite.

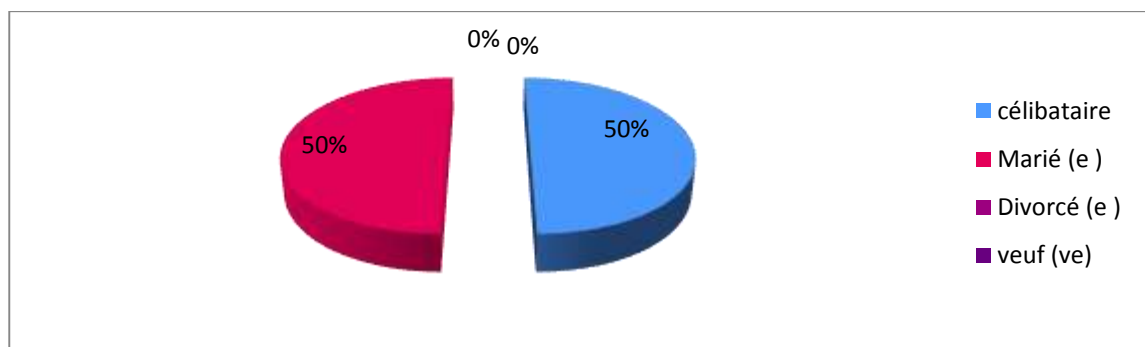
## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

### 2.4. La répartition de l'entrepreneur selon la situation familiale :

Les entrepreneurs enquêtés ont répondu comme suit :

Situation Familiale		
Situation	Fréquence	Pourcentage(%)
Célibataire	6	50
Marié(e)	6	50
Divorcé(e)	0	0
Veuf (Ve)	0	0
Total	12	100

*Tableau n° 06 : Situation Familiale des entrepreneurs*



*Figure n° 04 : Représentation de la situation familiale des entrepreneurs par des diagrammes en secteurs*

#### Commentaires :

D'après les données du tableau on remarque que :

La catégorie célibataire et la catégorie marié (e) occupent le même pourcentage de 50% pour chacun d'entre eux :

- Les célibataires sont encore jeunes dynamiques cherchant toutes les opportunités d'affaire et s'impose dans la société afin de garantir un avenir meilleur.
- Les mariés cherchent à améliorer les conditions économiques de leurs familles en assurant un avenir à leurs enfants d'un côté et d'un autre côté pour avoir une place dans la société.

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

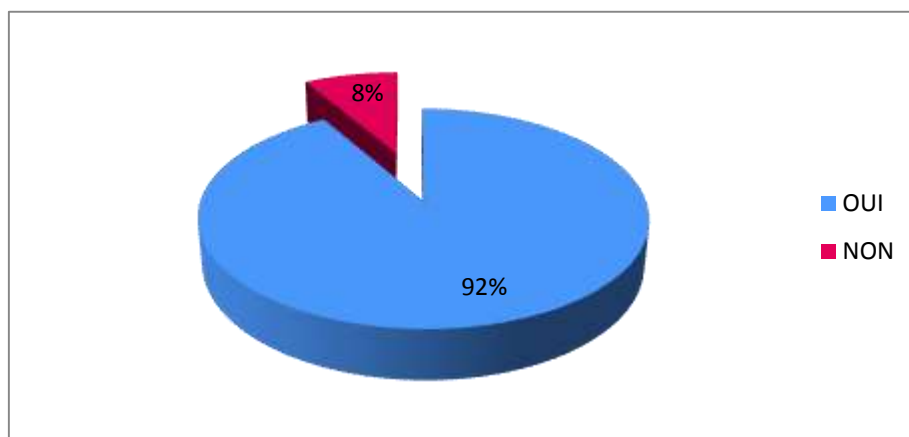
### 2.5. La répartition des enquêtés selon leurs situation sociale avant la création

En réponse à la question : « avez-vous travaillé déjà avant la création de votre entreprise ? », nous avons obtenus les résultats suivants :

*Avez-vous travaillé déjà avant la création de votre entreprise ?*

réponse	Fréquence	Pourcentage %
	11	91.66
NON	1	8.33
Total	12	100

*Tableau n°7 : répartition des enquêtés l'entrepreneur à travaillé déjà avant la création*



*Figure n°5 : représentation a ce que l'entrepreneur à travaillé déjà avant la création par des diagrammes en secteurs*

#### Commentaires

La majorité des entrepreneurs enquêtés (12 entrepreneurs) soit 92%, ont déjà travaillé avant de créer leur propre entreprise, contrairement à 8% du total des entrepreneurs qui n'ont pas travaillé déjà. Ils étaient donc en chômage.

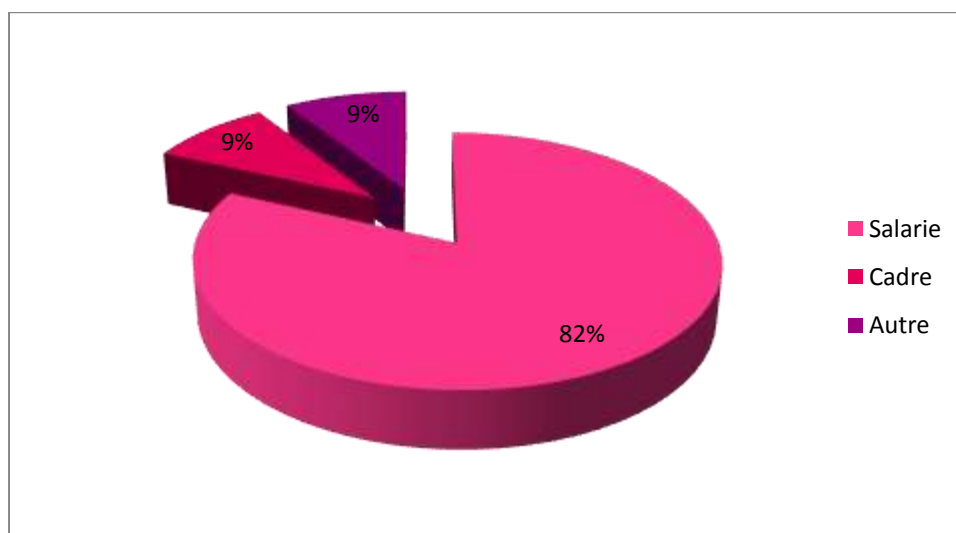
Le cas de cette question, les entrepreneurs ayant répondu par « OUI », doivent répondre à la sous question suivante « **quelle est votre situation sociale ?** »

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

Si oui, quelle est votre situation sociale ?

Situation sociale	Fréquence	Pourcentage %
Salarie	9	81.81
Cadre	1	9.09
Autre	1	9.09
Total	11	100

*Tableau n°8 : la répartition selon la situation sociale*



*Figure n°6 : représentation de la situation sociale avant la création par des diagrammes en secteurs*

### Commentaires

Selon les données du tableau, on remarque que :

La plupart des jeunes créateurs, avant la création de leurs entreprises étaient des salariés avec un taux élevé de 82%, ces derniers ont acquis assez d'expériences et de connaissances dans plusieurs domaines. Ce qui explique la volonté de changer leur statut professionnel afin de gagner plus de profit et atteindre un niveau de performance dans leurs nouvelles activités qui est la création d'entreprise.

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

En dernier lieu on trouve les cadres et des fonctions libérales, qui occupent le même pourcentage de 9% pour chacun d'être eux.

On peut déduire à partir des données du tableau, que la plupart des enquêtés sont des anciens salariés, qui cherchent à exploiter leur savoir et leurs expériences professionnelles dans la gestion de leurs propres entreprises.

### 3. caractéristiques de l'entreprise créée

Nous avons essayé à travers notre enquête, de répartir les entreprises enquêtées dans la région d'AZAZGA, selon les critères suivants : l'idée de création, la date de création, son statut juridique, l'effectif employé, est enfin la source de financement initiale.

#### 3.1. Répartition des entreprises selon l'idée de création

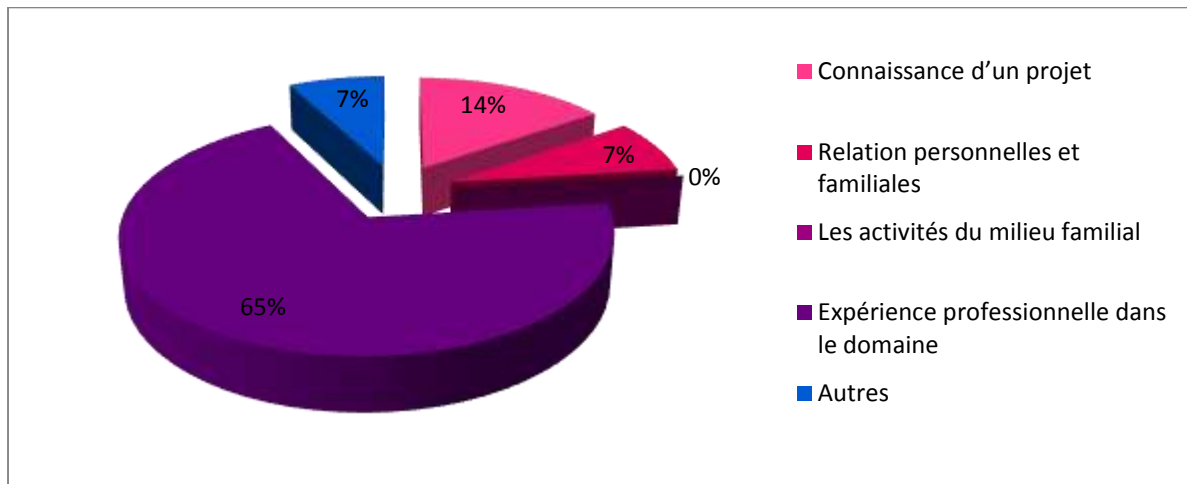
Les résultats de la question sur l'idée de création de l'entreprise sont présentés comme suit :

##### Comment est venue l'idée de création de votre entreprise ?

L'idée de création	Fréquence	Pourcentage (%)
Relation professionnels	1	7
Connaissance d'un projet	2	14
Relation personnelles et familiales	1	7
Les activités du milieu familial	0	0
Expérience professionnelle dans le domaine	9	65
Autres	1	7
Total	14	100

*Tableau n° 09 : Répartition des entreprises selon l'idée de création*

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA



*Figure n° 07 : Représentation de l'idée de création des entreprises par des diagrammes en secteurs*

### Commentaires

Pour les entrepreneurs enquêtés, il n'y a pas une seule raison qui pour eux leur a facilité et stimulé la création de leurs entreprises, c'est la multiplication des réponses.

Ainsi, nous remarquons que un taux plus élevé de 65% des enquêtés à eux des expériences professionnelle dans le domaine.

En deuxième lieu, nous trouvons avec 14% des enquêtés connaissent des projets semblables, de là nous constatons l'importance du phénomène d'imitation.

En dernier lieu, nous trouvons les relations professionnelles et relations personnelles et familiales et autres idée de création occupent le même pourcentage de 7%.

### 3.2. Répartition des entreprises selon l'année de création

Les résultats de la question sur l'année de création de l'entreprise sont présentés comme suit :

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

Quelle est l'année de création de votre entreprise ?

	Fréquence	Pourcentage(%)
2000-2005	1	8.33
2006-2010	2	16.66
2011-2015	4	33.33
2016-2020	5	41.66
total	12	100

Tableau n° 10 : Répartition des entreprises selon l'année de création

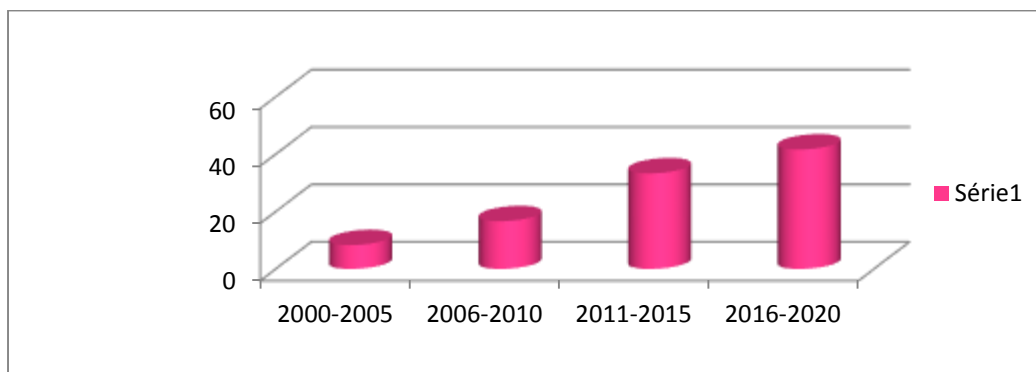


Figure n° 08 : représentation de l'année des entreprises par des diagrammes en bâtons

### Commentaires

Les résultats de notre enquête montrent que 41% des entreprises enquêtées, soit 5 unités ont été créées dans la période qui se prolonge entre 2016-2020, et 4 entreprises créées seulement entre 2011-2015 soit 33.33%, et de 2 entreprises créées entre 2006-2010 soit 16.66% et en dernier lieu, nous trouvons 8.33% des entreprises sont créées à partir de 2000-2005

### 3.3. Répartition des entreprises selon leurs statuts juridique

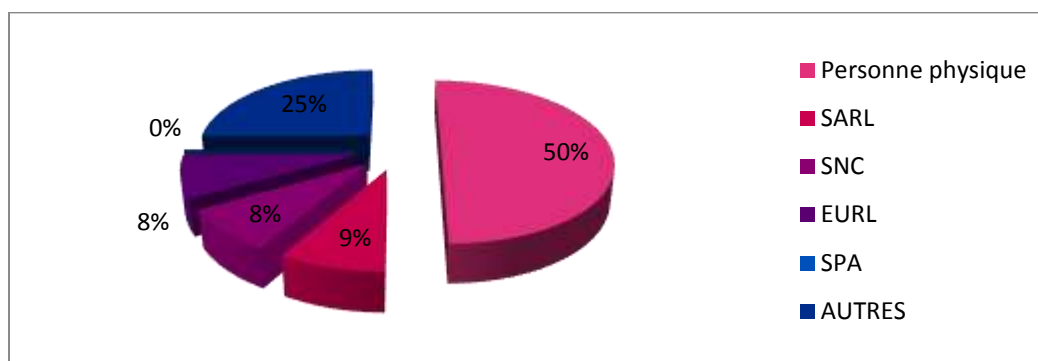
Les résultats de la question sur le statut juridique de l'entreprise sont présentés comme suit :

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

### Quel est le statut juridique de votre entreprise ?

	Fréquence	Pourcentage(%)
Personne physique	6	50
SARL	1	8.33
SNC	1	8.33
EURL	1	8.33
SPA	0	0
Autres	3	25
Total	12	10

*Tableau n°11 : répartitions des entreprises selon leurs statuts juridiques*



*Figure n°09 : représentation des statuts juridique des entreprises par des diagrammes en secteurs*

### Commentaires

L'analyse des entreprises de notre échantillon selon le statut juridique fait ressortir cinq(05) modalités à savoir , des personnes physiques, des sociétés à responsabilité limité (SARL), des entreprises unipersonnelles à responsabilité limitée (EURL) et des sociétés non collectives (SNC) et autres.

Le tableau ci-dessus illustre que la plupart des l'entreprises enquêtées se sont des personnes physiques (soit 50%) c'est la forme la plus facile d'entrée dans les affaires en créant des micros entreprises.

Les formes juridiques SARL, EURL, SNC, concernant 8.33% des entreprises enquêtés, suivi la réponse « autres » avec 25% soit 3 entrepreneurs.

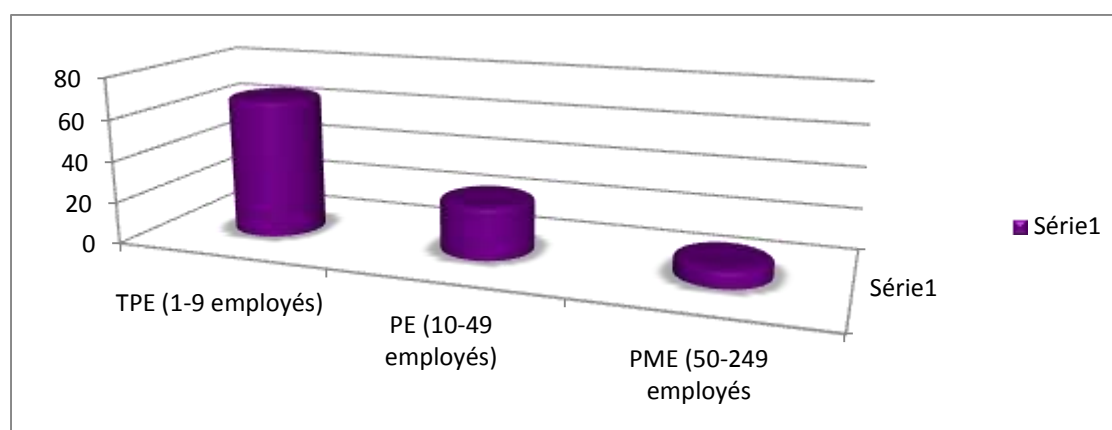
## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

### 3.4. La répartition selon l'effectif employé

Notre échantillon est de 12 entreprises de différente taille, après l'enquête, les résultats sont présentés comme suit :

L'effectif employé	Fréquence	Pourcentage %
TPE (1-9 employés)	8	66.66
PE (10-49 employés)	3	25
PME (50-249 employés)	1	8.33
Total	12	100

*Tableau n°12 : répartition des enquêtés selon leur effectif employé*



*Figure n°10 : représentation de l'effectif employé des enquêtés par des diagrammes en bâtons*

### Commentaires

Notre échantillon est constitué en grande partie d'entreprises classées dans la catégorie de micro entreprises comprenant entre (1-9) employés. Elles représentent 66.66% du total soit 8 unités, suivi de catégorie de petite taille comprenant (10-49) employés avec un taux de 25% du total. Ainsi, la catégorie des moyens entreprises est représentée par une unité soit 8.33% de l'échantillon étudié.

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

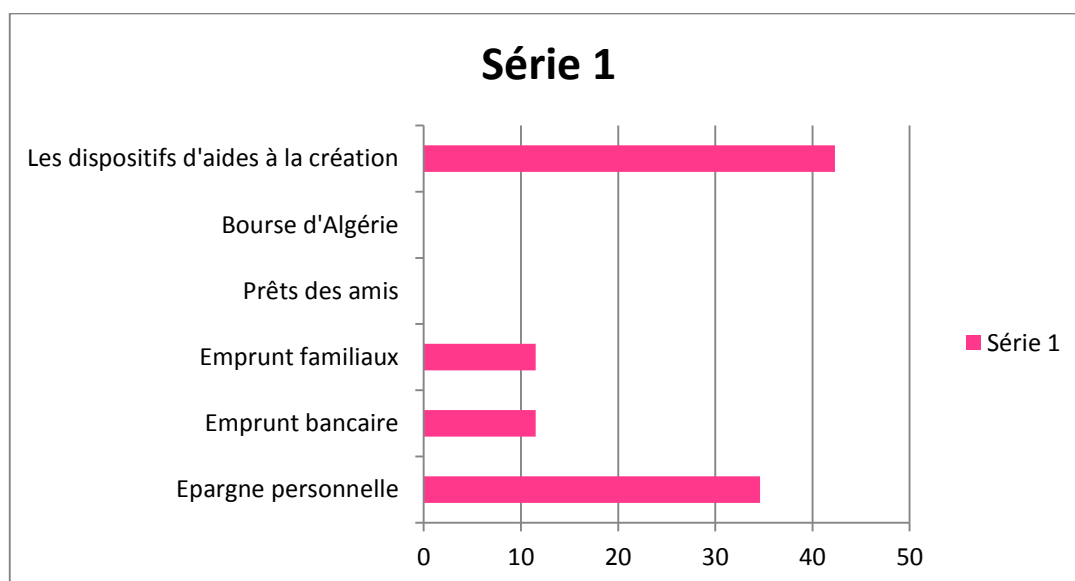
### 3.5. La répartition des enquêtés selon le financement initial

Les résultats sur le type du financement initial sont présentés dans le tableau suivant :

#### Quelle était votre source de financement initial ?

Réponse	Fréquence	Pourcentage %
Epargne personnelle	9	34,61
Emprunt bancaire	3	11,53
Emprunt familiaux	3	11,53
Prêts des amis	0	0
Bourse d'Algérie	0	0
Les dispositifs d'aides à la création	11	42,30
Total	26	100

*Tableau n°13: répartition des enquêtés selon le financement initial*



*Figure n°11: représentation le financement initial des enquêtés par un diagramme en barres*

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

### Commentaires

Il y'a lieu d'observer que d'une manière générale, les entrepreneurs enquêtés n'utilisent pas une seule source de financement pour réaliser leurs projets.

Selon les résultats, les capitaux investis proviennent essentiellement des dispositifs d'aides (ANADE, ANDI, CNAC, ANGEM..) avec un taux de 42% et de l'épargne personnelle avec un taux de 34%.

Et enfin, 11,53% caractérise l'emprunt bancaire et des emprunts familiaux.

### 4. Identification de capital social de l'entrepreneur

Pour assurer le bon lancement de l'entreprise, elles nécessitent un capital social important, afin de cerner les obstacles qui entravent les entrepreneurs lors de la création de leur entreprise. A travers notre enquête, nous allons parler ce qui avait poussé les entrepreneurs à créer leurs projet, les personnes qui ont donné des conseils pour réussir leurs projets, les objectifs de la création, puis les personnes qui ont contribué dans la création, ainsi que les contraintes rencontrées et enfin la durée de création.

#### 4.1. La répartition des entrepreneurs selon la raison de création

##### Quelle était la raison principale à la création de votre entreprise ?

	Fréquence	Pourcentage(%)
Chômage	4	33.33
Travail Insatisfait	6	50
Argent A Investir	0	0
Opportunité	1	8.33
33.33	0	0
Autres	1	8.33
Total	12	100

*Tableau n° 14: La répartition des entreprises selon la raison de création*

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

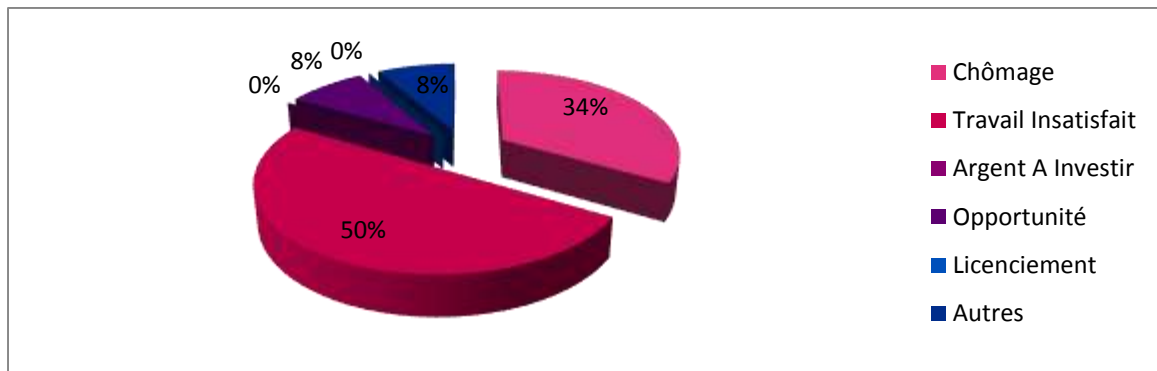


Figure n° 12 : représentation de raison des entreprises par des diagrammes en secteurs

### Commentaires

Les résultats indiquent que 50% des enquêtés soit 6 entrepreneurs insatisfaits, c'est la raison pour laquelle ils ont décidé de créer leurs entreprises. D'autres enquêtés, soit 4 entrepreneurs soit 33.33% étaient en chômage, qui n'ont pas d'expérience au travail.

Ainsi, on trouve « l'opportunité » et d'autres qui occupent le même pourcentage de 8.33% pour chacun d'être eux.

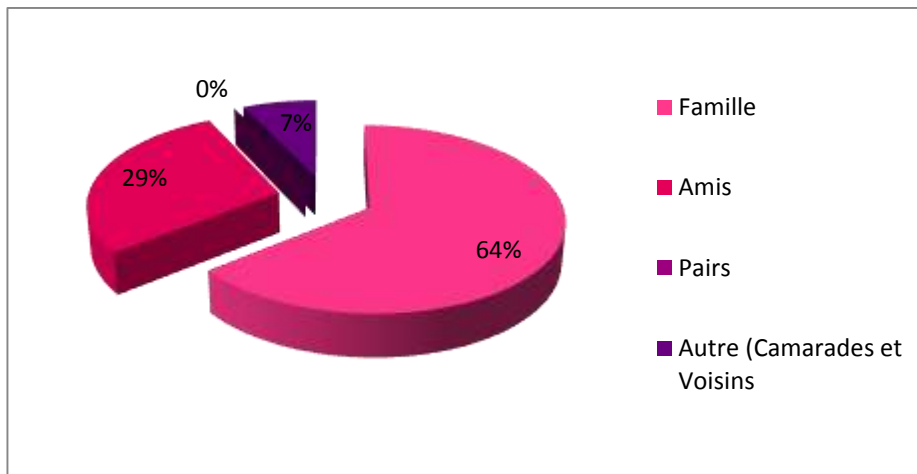
### 4.2. La répartition des enquêtés selon les conseils fournis par les différentes personnes pour réussir le projet

Les résultats sur les conseils fournis par les différentes personnes pour réussir le projet sont présentés dans le tableau suivant :

Réponses	Fréquences	Pourcentage %
Famille	9	64
Amis	4	29
Pairs	0	0
Autre (camarades et voisins)	1	7
Total	14	100

Tableau n°15: répartition des enquêtés selon les conseils fournis par les différentes personnes pour réussir le projet

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA



**Figure n°13 :** Représentation les conseils fournis par les différentes personnes pour réussir le projet par des diagrammes en secteurs

### Commentaires

A partir des données du tableau ci-dessus, on constate que 64% des enquêtés déclarent que leurs familles lui ont donné des conseils lors de la création de leurs entreprises, ce qui explique le rôle de la famille dans l'encouragement et l'orientation de leurs fils car il s'agit de leur avenir de même aussi la réussite de la famille.

Ensuite, on trouve les amis avec un taux de 29%, signifie que les enquêtés ont trouvé le soutien de leurs amis surtout ceux qui sont dans le domaine ayant d'expériences, ou ceux qui ont créé déjà une entreprise, suite à leur lien relationnel fort qui se traduit par le partage de toutes choses dans leur vie.

En dernier, on trouve des enquêtés qui ont eu des conseils de leurs camarades et voisins avec un pourcentage de 7%. Ces derniers ont utilisé leurs savoir et connaissances pour donner des conseils aux jeunes créateurs.

On déduit que la famille et les amis sont la première source de soutien en matière de conseils pour les entrepreneurs. Cela explique l'attachement des entrepreneurs à leurs liens serrés car ils sont plus proches d'eux.

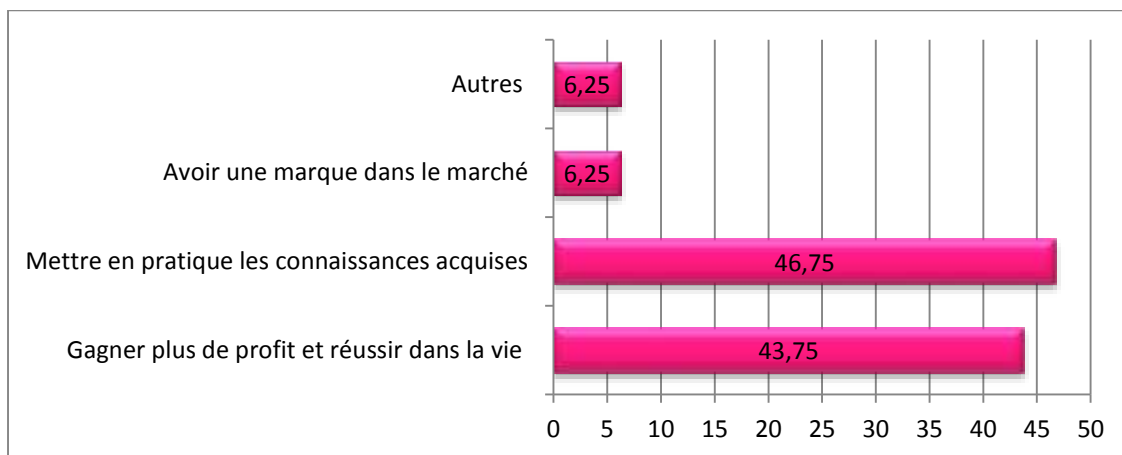
## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

### 4.3. La répartition des entrepreneurs selon les objectifs de création

Quels étaient vos objectifs visiez à travers la création ?

	Fréquence	Pourcentage(%)
Gagner plus de profit et réussir dans la vie	7	43.75
Mettre en pratique les connaissances acquises	7	43.75
Avoir une marque dans le marché	1	6.25
Autres	1	6.25
Total	16	100

*Tableau n°16 : répartition des objectifs visent par les créateurs d'entreprise*



*Figure n° 14 : représentation de l'objectif des entreprises par des diagrammes en barres*

#### Commentaires

Suivant les données du tableau ci-dessus, on remarque que la plupart des enquêtés, avec le taux de 43.75%, créent leurs entreprises dans l'objectifs de gagner plus de profit, qui permet d'assurer une stabilité au travail afin de satisfaire »e leurs besoins ainsi que ceux de leurs familles.

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

En deuxième lieu, un taux de 43.75%, pour les enquêtés qui veulent mettre en pratique leurs connaissances acquises au cours de leurs formation afin de concrétiser sur le terrain leurs idées en projets.

En dernier lieu, on trouve des enquêtés qui veulent s'imposer dans la société et avoir une image de marque sur le marché et d'autres qui occupent le même pourcentage de 6.25%, pour chacun d'être eux

On déduit que la plupart des enquêtés à travers la création d'entreprise, cherchent plus de profit pour garantir leurs vie e celle de leurs famille , en peut dire que l'entrepreneur ne pense pas seulement à son avenir mais à celui de sa famille aussi « les économistes ont mis l'accent essentiellement sur le rôle économique de l'entrepreneur dans la société, l'entrepreneur est considéré dans les études économiques comme acteur producteur , innovateur en quête d'affaire, de profit et de puissance économique.

#### 4.4. La répartition des enquêtés selon les personnes ayant contribués au processus de création

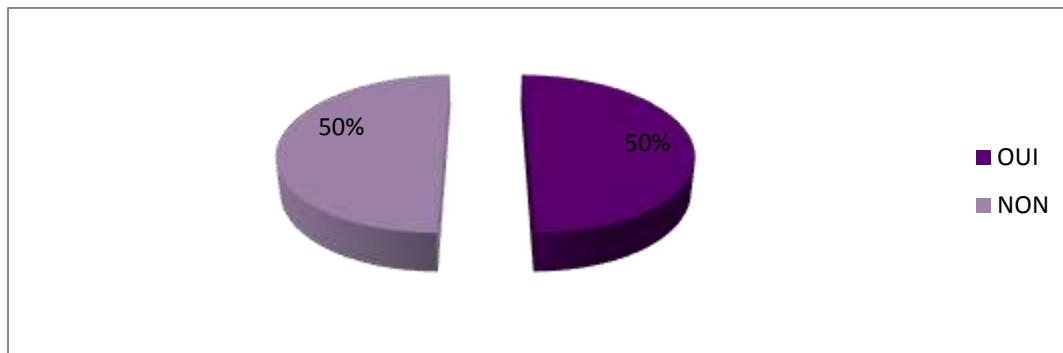
En réponse à la question : « Est-ce que les membres de votre famille ont contribuées dans le processus de création de votre entreprise ? », nous avons obtenus les résultats suivants :

##### Est-ce que les membres de votre famille ont contribuées dans le processus de création de votre entreprise ?

Réponse	Fréquence	Pourcentage %
OUI	6	50
NON	6	50
Total	12	100

*Tableau n°17: répartition des enquêtés selon les personnes ayant contribués au processus de création*

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA



*Figure n°15: représentation les personnes ayant contribués au processus de création par des diagrammes en secteurs*

### Commentaires

Les résultats de tableau montre que les enquêtés sont répondu par « OUI » et par « NON » occupent le même pourcentage de 50% pour chacun d'être eux. Cela signifie que la majorité des enquêtés les membres de leurs familles ont contribués dans le processus de création de votre entreprise.

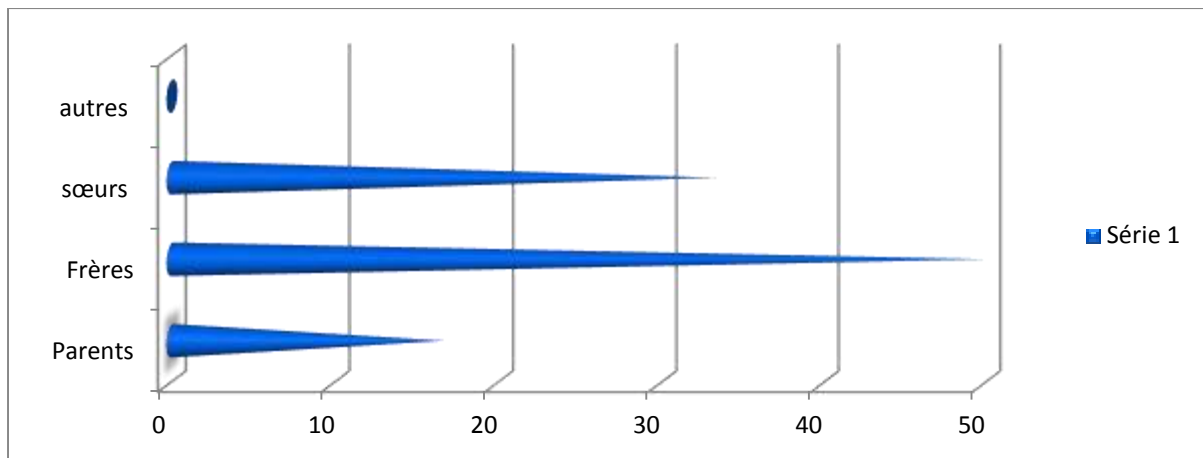
Le cas de cette question, les entrepreneurs ayant répondu par « OUI », doivent répondre à la sous question suivante « **Si oui, qu'ils sont?** »

#### « Si oui, qu'ils sont? »

Réponses	Fréquence	Pourcentage %
Parents	2	17
Frères	6	50
Sœurs	4	33
Autres	0	0
Total	12	100

*Tableau n°18:répartition des enquêtés selon les personnes ayant contribués au processus de création*

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA



*Figure n°16 :représentation les personnes ayant contribués au processus de création par des diagrammes en conique*

### Commentaires

Pour les entrepreneurs enquêtés, il n'ya pas une seule réponse qui ayant contribué au processus de création, c'est la multiplication des réponses.

Alors les résultats de notre enquête montrent que 50% des entrepreneurs enquêtés ont des frères avec une fréquence de (06), en matière de contribution à la création d'entreprise. Ils ont joué un rôle important pour aider leurs frères. Ensuite, on trouve les sœurs avec un taux de 33% avec une fréquence de (04). Et en dernier lieu, on trouve les parents avec un taux de 17%. Cela explique la volonté des parents de voir leurs fils réussissent leurs vie.

On déduit que les liens forts à savoir la famille (parent, frères et sœurs) représentent la source de soutien et d'encouragement pour les jeunes créateurs d'entreprises afin de réussir leur carrière entrepreneuriale, cela explique l'attachement des membres de la famille entre eux.

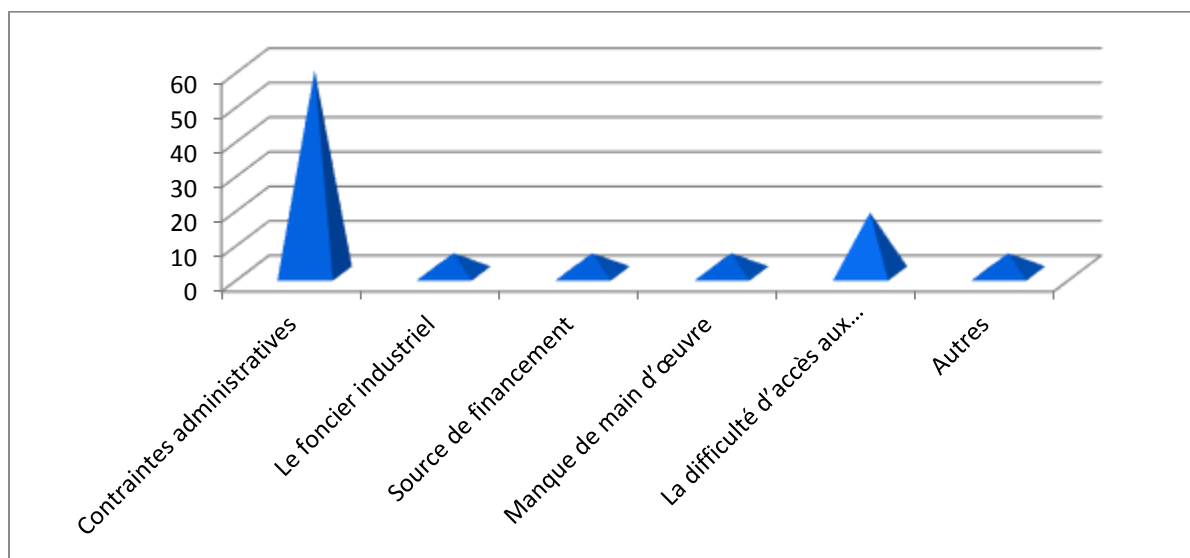
## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

### 4.5. La répartition des entrepreneurs selon les contraintes rencontrées par les créateurs

Quelles ont les contraintes rencontrées lors de la création de votre entreprise ?

	fréquence	Pourcentage(%)
Contraintes administratives	10	58.82
Le foncier industriel	1	5.88
Source de financement	1	5.88
Manque de main d'œuvre	1	5.88
La difficulté d'accès aux sources d'énergie (gaz, électricité et eaux)	3	17.64
Autres	1	5.88
Total	17	100

*Tableau n°19: La répartition des contraintes rencontrées par les créateurs d'entreprise*



*Figure n°17: représentation graphique des contraintes rencontrées par les créateurs d'entreprise par un diagramme en conique*

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

### Commentaires

A travers notre enquête, nous avons constaté que les entrepreneurs sont soumis à de différentes contraintes.

Le tableau n<sup>o</sup>15 montre que (58.82%) des enquêtés ont déclaré que les contraintes administratives et réglementaires désavantagent l'initiative privée et limitent, par conséquent la volonté des entrepreneurs débutant. D'autres contraintes ont été avancées par les entrepreneurs, l'accès aux sources d'énergie avec (17.64%), certaines entrepreneurs représentent le même pourcentages de (5.88%) dont (Le foncier industriel, Source de financement, Manque de main d'œuvre, Autres), ces contraintes ont été avancées par les entrepreneurs, Le foncier industriel (5.88%), et manque de la main d'œuvre (5.88%), soit (5.88%) des entrepreneurs ont rencontré des difficultés d'ordre financière. En effet, les entrepreneurs enquêtés souffrent du manque de la collaboration et de l'absence d'intégration des institutions financières et ils ont des difficultés pour y accéder aux crédits bancaires : le secteur bancaire est toujours critiqué pour ses lourdeurs et sa bureaucratie.

Le choix de réponse « autres » représente (5.88%) du total qui était précisé généralement par l'approvisionnement en matières premières, les tarifs douaniers, la concurrence déloyale, le marché informel.... etc.

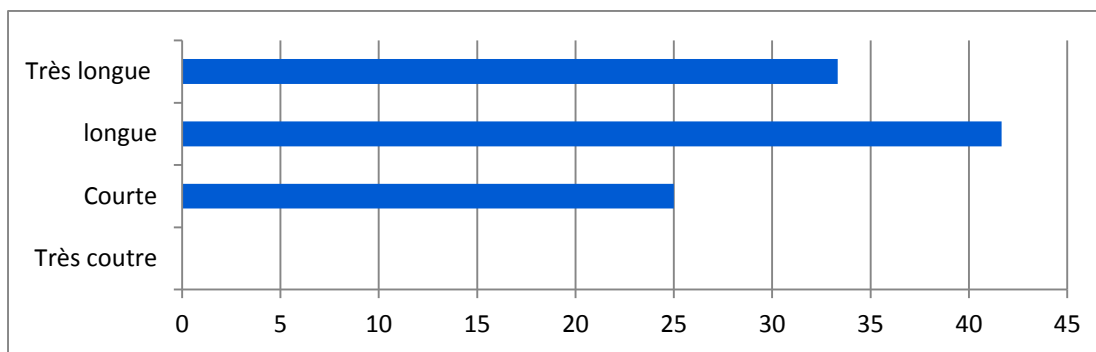
#### 4.6. La répartition des entrepreneurs selon la durée du processus de création

##### Comment était la durée du processus de création de l'entreprise ?

	Fréquence	Pourcentage (%)
Très courte	0	0
courte	3	25
Longue	5	41.66
Très longue	4	33.33
Total	12	100

*Tableau n<sup>o</sup>20: répartition de la durée du processus d'entreprise*

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA



*Figure n°18: représentation graphique de la durée du processus de création d'entreprise par un diagramme en barre*

### Commentaires

La volonté de création d'entreprise peut être influencée par la durée de création. Dans notre étude, les résultats ont montré la lenteur du processus de création : 41.66 % des entrepreneurs enquêtés ont confirmé que la durée est « longue », 33.33% pour « très longue », contre 25% pour « courte ».

La longueur du processus peut être expliquée par les procédures administratives, ou par le non disponibilité de la main d'œuvre.

Concernant la proposition : « très courte », on n'a enregistré aucune réponse (0%), de là en déduit que le processus de création constitue un frein pour les créateurs.

### 5. l'influence des dispositifs d'aides à la création

Les dispositifs d'aides à la création représentent un ensemble de dispositifs juridique et financiers mis au service des créateurs d'entreprise afin de les accompagner et les soutenir et les influencer aussi lors de leur création tels que ANADE, ANGEM, CNAC, ANDI... etc. nous allons voir : la demande des entrepreneurs d'aide à un organisme de soutien et le choix exactement le soutien de ces organismes et le choix de secteur d'activité et enfin les conseils donner les entrepreneurs enquêtés à un jeunes désirant devenir entrepreneurs.

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

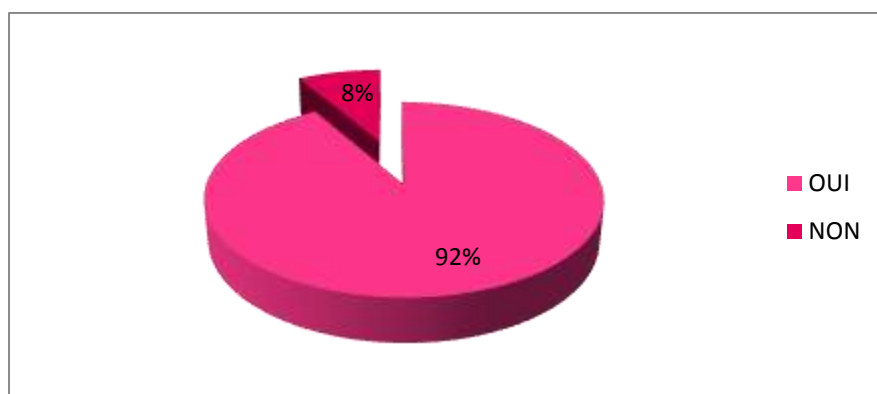
### 5.1. La répartition des enquêtés selon la demande de soutien par les organismes d'aide à la création

En réponse à la question : « Est-ce que vous avez demandé l'aide à un organisme de soutien ? », nous avons obtenus les résultats suivants :

#### Est-ce que vous avez demandé l'aide à un organisme de soutien ?

Réponse	Fréquence	Pourcentage %
OUI	11	91.66
NON	1	8.33
Total	12	100

*Tableau n°21 : La répartition des enquêtés selon la demandé l'aide à un organisme de soutien*



*Figure n°19 : représentation la demandé l'aide à un organisme de soutien par un diagramme en secteur*

#### Commentaires

D'après les données du tableau on remarque que 11 entrepreneurs soit 92% ont demandé l'aide un organisme de soutien, et seulement 8% n'ont pas eu recours aux organismes de soutien. Ces réponses ont été justifiées que se soit pour « OUI », ou pour la réponse « NON » :

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

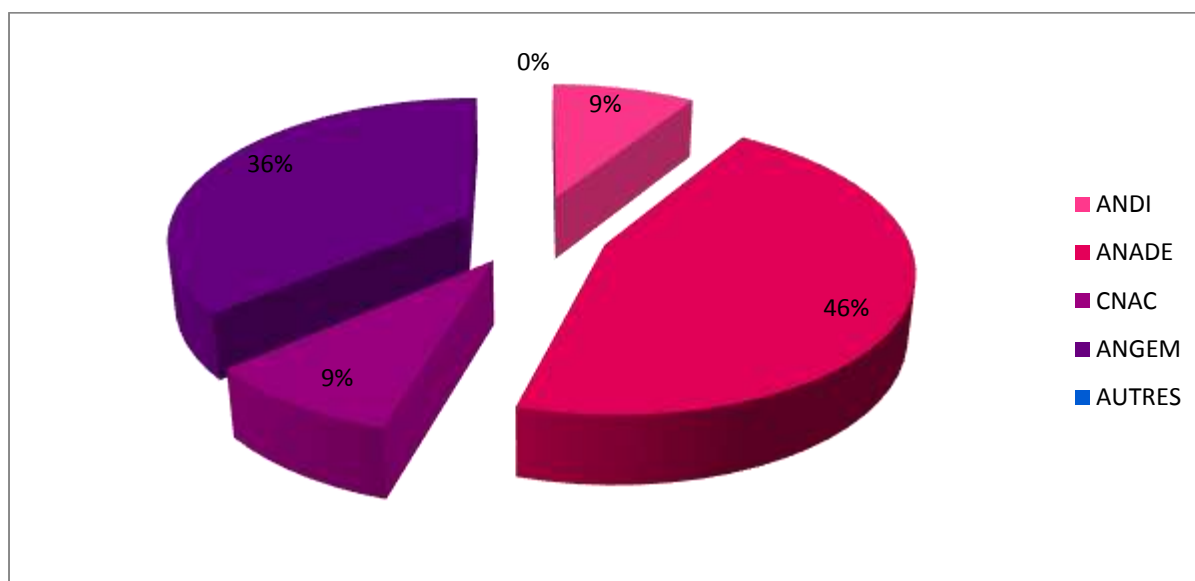
Les raisons pour les réponses « OUI » sont généralement pour l'appui financier, la facilitation d'accès aux crédits bancaire, les avantages fiscaux, et par rapport aux conseils et formation vue que la plupart des entrepreneurs n'ont pas d'expérience dans le domaine de la gestion.

Les raisons pour la réponse « NON » sont reliées à la mauvaise connaissance des organismes.

Les entrepreneurs ayant répondu « OUI » pour la demande d'aide, soit 11 entrepreneurs (92%), sont répartis ci-dessus selon les différents dispositifs de soutien :

<b>Si oui, lequel ?</b>		
<b>Réponse</b>	<b>Fréquence</b>	<b>Pourcentage %</b>
ANDI	1	9.09
ANADE	5	45.45
CNAC	1	9.09
ANGEM	4	36.36
Total	11	100

*Tableau n°22: répartition des enquêtés selon le soutien par les organismes d'aide à la création*



*Figure n°20 : représentation le soutien par les organismes d'aide à la création par un diagramme en secteur*

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

### Commentaires

Notre observation, d'après la figure n°18, que 9% des entrepreneurs ayant demandé de l'aide, l'ont fait auprès de l'ANDI et CNAC qui ont occupent la même fréquence (1) pour chacun d'être eux.

Ensuite, 36% des entrepreneurs enquêtés ont bénéficié des avantages des dispositifs soit 4 entreprises par l'ANGEM.

En dernier lieu, on trouve que la majorité des enquêtés avec un taux de 46% ont choisit le dispositif de l'ANADE grâce à leur prêt (10 millions de dinars) et par rapport à leur âge qui ne dépasse pas 35 ans, c'est-à-dire que ANADE est un organisme qui favorise la création d'entreprise chez les jeunes catégories.

On peut déduire que la majorité des entrepreneurs ont choisit le dispositif de l'ANADE en raison de son financement d'un coté et d'un autre coté pour les autres avantages qu'il fournit aux jeunes créateurs pour réussir leurs entreprises.

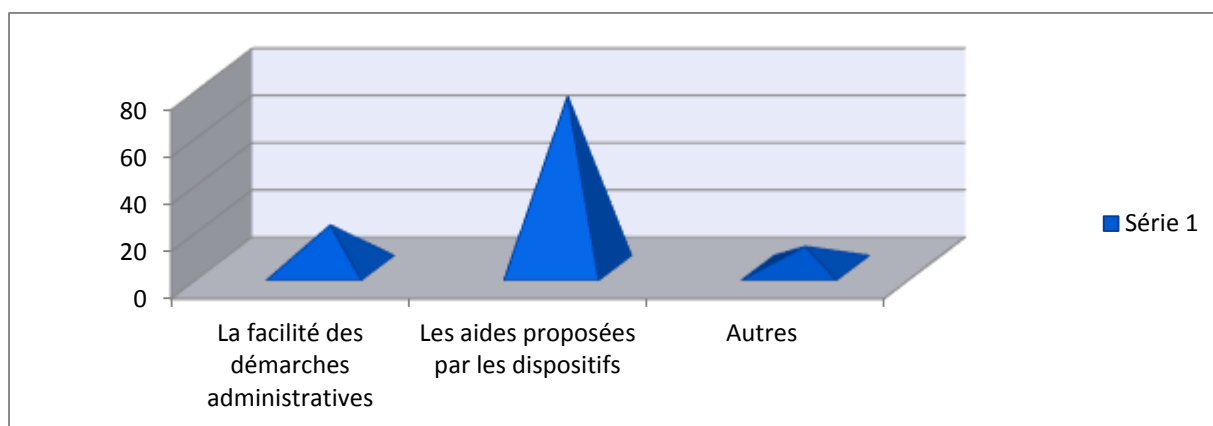
### 5.2. La répartition des entrepreneurs selon le choix de soutien des différents dispositifs

#### Pourquoi vous aviez choisi le soutien de ces dispositifs ?

Réponse	Fréquence	Pourcentage(%)
La facilité des démarches administratives	2	18.18
Les aides proposées par les dispositifs	8	72.72
Autres	1	9.09
total	11	100

*Tableau n023: répartition des entrepreneurs selon le choix de soutien des différents dispositifs*

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA



*Figure n° 21 : représentation graphique du choix de soutien des différents dispositifs par un diagramme en conique*

### Commentaires

Selon les résultats de notre enquête, nous observons que la majorité des enquêtés choisissent les aides proposées par les dispositifs par un taux de 73% en premier lieu, suivi d'un taux de 18% des entrepreneurs choisissent la facilité des démarches administratives, en dernier lieu la réponse autre avec un taux de 9%.

On déduit à travers les données que les entrepreneurs enquêtés ont choisi les aides proposées par les différents dispositifs par rapport à son financement, l'accompagnement, conseils et formation.

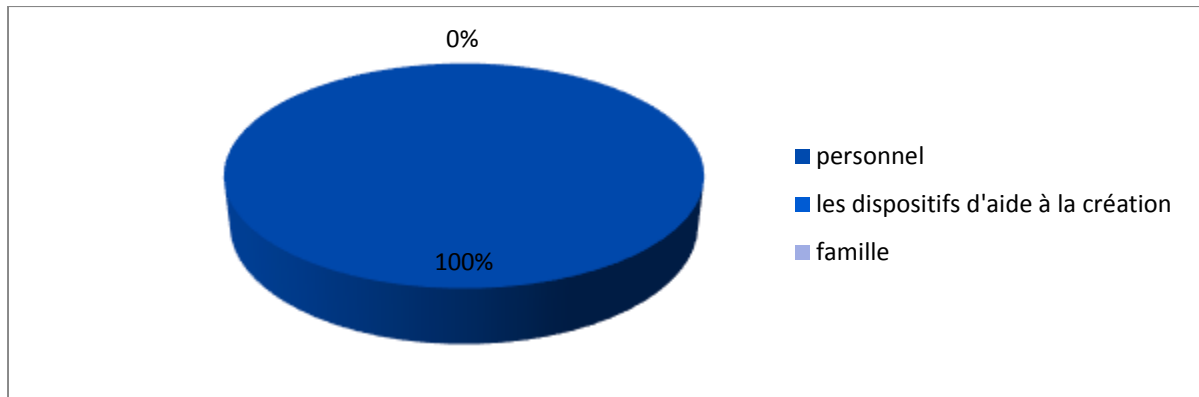
### 5.3. La répartition des entrepreneurs selon le choix d'un secteur d'activité

**Le choix d'un secteur d'activité a été déterminé en fonction des facteurs**

Réponse	Fréquence	Pourcentage (%)
personnel	12	100
Les dispositifs d'aide à la création	0	0
Famille	0	0
Total	12	100

*Tableau n°24: répartition des entrepreneurs selon le choix du secteur d'activité*

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA



*Figure n°22 : représentation graphique de choix du secteur d'activités en fonction des facteurs par de diagramme en secteur*

### Commentaires

En fonction des données du tableau ci-dessus, on constate que le choix d'activité du secteur d'activité est déterminé par les promoteurs eux-mêmes avec un taux élevé soit (100%), ce choix est fait selon la formation initiale des enquêtés et leurs expériences professionnelles dans le domaine.

Concernant les propositions « les dispositifs d'aide à la création » et « famille », on n'a enregistré aucune réponse (0%)

On déduit que le choix du secteur d'activité des entrepreneurs, reste un choix personnel dont les jeunes créateurs prennent en considération leurs formations initiales et leurs expériences professionnelles.

### **6. Les conseils aux jeunes désirant devenir entrepreneurs :**

Au cours de nos entretiens avec les entrepreneurs, des conseils sont proposés aux jeunes désirant devenir entrepreneur. On trouve une catégorie d'entrepreneurs les orientent vers une étude de marché pour mieux connaître le terrain, et mieux savoir les concurrents, pour arriver à la réussite, parce qu'on ne peut pas trouver un même produit dans plusieurs entreprises, car ce dernier mène l'entrepreneur à la faillite.

## **Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA**

---

Ensuite, il faut avoir de patience et de courage pour atteindre des objectifs par exemple : la paperasse, qui est vraiment un problème durant la phase de création, ainsi on trouve la maîtrise et l'expérience, qui n'est pas nécessaire de maîtriser et d'avoir l'expérience avant de créer l'entreprise, et l'expérience vient avec le temps et en travaillant dans le même domaine.

On déduit, que la plupart des conseils donnée aux jeunes créateurs c'est de faire une étude de marché pour réussir.

## Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA

---

### Conclusion

La création d'entreprise joue un rôle important dans la croissance socioéconomique de pays, puis elle donne la chance aux chômeurs de trouver un emploi.

L'enquête menée au après des entrepreneurs de la région d'AZAZGA, nous a permis de collecter des informations importantes à propos de notre thème de recherche, ainsi qu'il nous à autoriser de répondre de notre problématique.

Selon les données de l'enquête, ont a remarqué que les entrepreneurs enquêtés sont généralement de sexe masculin, d'âge mûr entre 20 ans et 30 ans. Dans la plupart des cas, les entrepreneurs enquêtés sont à la fois propriétaires et gérants de leurs entreprises. On remarqué que la création d'une entreprise ne demande pas un niveau d'instruction obligatoire pour décrocher et maintenir une entreprise.

A travers notre enquête, nous avons constaté que la plupart des entrepreneurs ont commencé la création de leur entreprise par une expérience professionnelle qui ont acquis avant le lancement du projet. Les entreprises enquêtées se caractérisent globalement par leur petite taille (TPE ou micro entreprise). Elles sont nouvellement créées ou le nombre le plus élevé était entre l'année 2016 et 2020 avec un taux 42% du total enquêtés. Leurs statuts juridiques dominante est le personne physique. Ils ont recours à des dispositifs d'appui pour leurs financements initial tels que (ANADE, ANGEM, CNAC). Et aussi ils sont faits recours à leurs sources familiales comme source d'investissement.

En effet, la performance d'une entreprise n'est pas uniquement fonction de la qualité de ses produits ou ses services, mais également de l'importance du capital social de son dirigeant : c'est-à-dire, de la capacité de ce dernier à construire un réseau relationnel riche et à s'entourer de personnes susceptibles et lui fournir les opportunités nécessaires au bon fonctionnement de son entreprise.

Le capital social est la première ressource dont dispose l'entreprise pour se développer. Il apparait comme un instrument à multiples fonctions aux services d'intérêts complémentaires. La contribution de la famille et les amis des créateurs de projets occupe une place capitale tout au long de processus de création leur entreprise, quelque soit son apport morale ou financière.

## **Chapitre II : Le capital social de l'entrepreneur : cas des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA**

---

Donc, bien que la famille est considérée comme l'essence ou la source d'oxygène qui alimente la création de l'entreprise. En effet, elle est présente tout au long du processus entrepreneurial, les parents influencent les enfants, les inspirent, leur transmettent des valeurs, accomplissement des attitudes favorables au comportement entrepreneurial et les soutiennent lorsqu'ils créent des entreprises.

La majorité de l'entreprise enquêtée fait appel à des organismes de soutien (ANADE, ANGEM, CNAC) par rapport à les aides proposées par ces dispositifs et par rapport à le suivi et l'accompagnement.

Les entreprises enquêtées majoritairement choisissent de s'installer près des entreprises clients, ce qui renvoie à l'importance de la proximité géographique dans le choix de localisation.

Les contraintes auxquelles sont confrontées ces entreprises sont globalement d'ordre administratif, les entrepreneurs enquêtés souhaitent d'avoir une administration souple qui lutte contre la bureaucratie.

# *Conclusion générale*

### Conclusion générale

Tout au long de ce travail, nous avons essayé d'apporter des réponses pour notre question principale à savoir : « *Quel est le rôle du capital social sur le processus de création? Autrement dit quand et comment l'entrepreneur mobilise ses relations pour accélérer le processus de création ?* ».

Pour ce faire, nous avons élaboré un éclairage théorique du concept entrepreneuriat et celui de l'entrepreneur. Ensuite, le capital social de l'entrepreneur qui est la première ressource dont dispose l'entreprise pour se développer. L'entrepreneuriat est un phénomène qui s'articule autour d'un entrepreneur qui est un individu doté des caractéristiques spécifiques à lui, ayant des raisons qui ont motivés à entreprendre, et l'entreprise qui est le résultat du processus entrepreneurial.

La capacité de création d'entreprises est pour chaque pays, le résultat de nombreux facteurs liés aux opportunités environnementales, aux potentialités des individus, aux interventions de l'état, et aux aspects culturels de l'entreprise.

Ressort de notre enquête que les entrepreneurs sont en majorité écrasante des hommes, ayant un âge mûr entre 20 et 30 ans. Dans la plupart des cas, ils sont propriétaires et gérant de leurs entreprises.

Dans une manière générale, la plupart des entreprises de notre échantillon ont été créées à partir de 2016 à 2020. La forme juridique dominante est la personne physique.

Il est à noter que le cadre familial dans lequel l'entrepreneur a été élevé forme un milieu qui semble constituer un élément important, voire décisif, dans l'émergence de l'esprit d'entreprise. En effet, la majorité des entrepreneurs ont affirmé que les relations familiales et personnelles sont à l'origine de l'idée de la création du projet. De plus, disposer d'un entourage entrepreneurial constitue des opportunités non négligeables de recevoir des conseils ou de s'imprégner du métier de dirigeant. A travers notre enquête, la plupart des entrepreneurs ont été influencés par des parents issus d'un entourage entrepreneurial.

D'après ce qu'on a vu au fil de notre enquête, il est apparu que les entrepreneurs de la région d'AZAZGA ont mobilisé un réseau social important, familial, amical et professionnel, où ils ont pu dépasser plusieurs obstacles et difficultés grâce à ce réseau. Et on a constaté que les liens forts ont une place considérable durant le processus et l'accélération de création.

## Conclusion générale

---

D'une manière générale, le capital social est un élément essentiel, soit dans son apport financier comme argent et matériel ou dans l'apport moral comme courage et soutien.

# *Bibliographie*

## Ouvrages :

1. BOUTILLIER ET DIMITRIE UZUNIDIS, « l'entrepreneur : une analyse socio-économique », éd Economica, Paris, 1999.
2. BOUTILLIER.S, UZUNIDIS.D, « la légende de l'entrepreneur : capital social, ou comment viens l'esprit d'entreprise », édition la découverte et syros, paris1999.
3. Capron H, « entrepreneuriat et création d'entreprises », facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise, éd Boeck, Paris, 2009
4. Emile –Michel Hernandez : « le processus entrepreneurial, vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat ». éd l'Harmattan, 1999, Paris.
5. Emile –Michel Hernandez : « l'entrepreneuriat, approche théorique », éd l'Harmattan, France, 1999.
6. Fayolle Allain, « le métier de créateur d'entreprise », éditions d'organisation, 2003.
7. Fayolle Allain, entrepreneuriat, (apprendre à entreprendre), éd Dunod, Paris, 2004.
8. FAYOLLE Alain, introduction à l'entrepreneuriat, Ed Dunod, Paris, 2005.

## Articles et revues :

1. Achour Fatima Zahra et Laghrissi Zouhair, « Le capital social en entrepreneuriat : une introduction théorique et une délimitation contextuelle », volume 4 issue 4, Décembre 2020.
2. BOURDIEU.P., le capital social note provisoire, in Actes de la recherche en sciences sociales, 1980 Volume 31 Numéro1 pp. 2-3
3. BOURDIEU.P., Questions de sociologie, les éditions de minuits, 277pages
4. CACHON, C, entrepreneur, "Entrepreneurs : pourquoi? Comment? Quoi?" Revue du Nouvel-Ontario, numéro 113-14,1991, pp13-52.p14
5. COLEMAN .J .S. Social Capital in the Creation of Human Capital the American Journal of Sociology, Vol. 94, Supplement: Organizations and Institutions: Sociological and Economic Approaches to the Analysis of Social Structure. ,1988 , pp. S95-S120.p S101

6. COLEMAN S., The "Liability of Newness" and Small Firm Access to Debt Capital: Is There a Link? The Journal of Entrepreneurial Finance, Vol 9, N° 2, 2004, pp 37-59, p 38
7. Dédier Van Caillie et Claire Lambrecht, L'entrepreneur, ses motivations, sa vision stratégique, ses objectifs, Mai 1995.
8. DESCHENAUX .F et LAFLAMME .C, « Réseau social et capital social : une distinction conceptuelle nécessaire illustrée à l'aide d'une enquête sur l'insertion professionnelle de jeunes Québécois », Sociologies [En ligne], Théories et recherches, mis en ligne le 02 juin 2009, <http://journals.openedition.org/sociologies/2902>, consulté le 12/09/2013, pp1-16, p3
9. Fillion L J, « Sis types de propriétaires dirigeants de PME », Revue organisations et territoires, vol 9, N°1, hiver, Québec, 2000, p 9.
10. Fillion Louis Jacques, « le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », volume 10, number 2, 1997.
11. Julien De Freyman Et Katia Richomme-Huet Et Robert Paturel, « du capital social au management relationnel », études et recherche méditerranéennes en management des entreprises, IAE Toulon Var-Université du SUD Toulon-VAR, aims 2005
12. Hassiba benbouli, « l'entrepreneuriat : entre opportunités et défis études de cas maison entrepreneuriat du centre universitaire de Tipaza », university of Chlef, novembre 2013.
13. GASSE Y, « l'influence du milieu dans la création d'entreprise », organisation et territoires, 2003, Canada, P49
14. Laufer J, « Comment on devient entrepreneur », Revue Française de Gestion, Novembre, Paris, 1975, P12.
15. PERRET B., 17. De la valeur des structures sociales : capital ou patrimoine ?in Antoine bevort et al. le capital social, la découverte I « recherches/Mauss », 2006 pp 293-314, p 296
16. PONTHEUX.S., Le concept de capital social, analyse critique, Insee -Division « Conditions de vie des ménages » Contribution au 10ème Colloque de l'ACN, Paris, 21-23 janvier 2004, pp1-25, p 6
17. Thierry VERSTRAETE et Alain FAYOLLE, « Paradigmes de l'entrepreneuriat » revue de l'entrepreneuriat, vol4, n°1, 2005, p36.
18. VESTRETE.T « Entrepreneuriat : Modélisation du phénomène », revue de l'entrepreneuriat, vol 1 n°1.

# *Annexes*

**UNIVERSITE MOULOUD MAMMERI DE TIZI-OUZOU**  
**FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUE, COMMERCIALES, ET DES**  
**SCIENCES DE GESTION**  
**DEPARTEMENT DE SCIENCE DE GESTION**

**Questionnaire de recherche :**

**Sur le thème : Le capital social de l'entrepreneur**

**Cas**

**Des entrepreneurs créateurs dans la région d'AZAZGA**

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de Master 2 et afin de collecter les informations nécessaires à la réalisation de ce travail, nous vous demandons de bien vouloir répondre à ce questionnaire avec précision.

Nous tenons à vous rassurer que les informations fournies ne seront utilisées que dans le cadre de la recherche et qu'à des fins scientifiques, par ailleurs l'anonymat vous est garantie.

**Réaliser par :**

**M<sup>elle</sup> AYOUNI Saâda**

**M<sup>me</sup> BEDAD Lynda**

**Encadré par :**

**M<sup>r</sup> SADOUD. A**

**Promotion : 2020-2021**

## Questionnaires :

1. Sexe :

- Masculin
- Féminin

2. Age à la création de votre entreprise :

- Moins de 20 ans
- De 20 à 30 ans
- De 30 à 40 ans
- De 40 à 50 ans
- 50 ans et plus

3. Niveau d'instruction :

- Primaire
- Secondaire
- Moyen
- Universitaire

4. Situation familiale :

- Célibataire
- Marié (e)
- Divorcé (e)
- Veuf (Ve)

5. Avez-vous un diplôme ou une formation ?

- Oui
- Non

Si oui précisez ;....

6. Avez-vous travaillé déjà avant la création de votre entreprise ?

- Oui
- Non

Si oui, quelle est votre situation sociale ?

- Salarié
- Cadre
- Autre

7. Comment est venue l'idée de création de votre entreprise ?

- Relations professionnelles
- Connaissance d'un projet semblable
- Relations personnelles et familiales
- Les activités du milieu familial
- Expérience professionnelle dans le domaine
- Autres, précisez,.....

8. Quelle est l'année de création de votre entreprise ?

.....

9. Quel est le statut juridique de votre entreprise ?

- Personne physique
- SARL
- SNC
- EURL
- SPA
- Autres

10. Quelle est l'activité de votre entreprise ?

.....

11. quel est l'effectif employé dans votre entreprise ?

.....

12. quelle était votre source de financement initiale ?

- Epargne Personnelle  A Concurrence  %
- Emprunt Bancaire  A Concurrence  %
- EmpruntsFamiliaux  A Concurrence  %
- Prêts Des Amis  A Concurrence  %
- Bourse d'Algérie  A Concurrence  %
- Les Dispositifs D'aides A La Création  A Concurrence  %

13. quelle était la raison principale à la création de votre entreprise ?

- Chômage
- Travail Insatisfait
- Argent A Investir
- Opportunité
- Licenciement
- Autres

14. Quelle est l'activité en milieu familiale?

.....

15. quelles sont les personnes qui vous ont donné des conseils pour réussir votre projet ?

- Famille
- Amis
- Pairs
- Autre (Camarades Et Voisins)

16. quels étaient vos objectifs visiez à travers la création ?

- Gagner plus de profit et réussir dans la vie
- Mettre en pratique les connaissances acquises
- Avoir une marque dans le marché
- Autres

17. Est-ce que les membres de votre famille ont contribuées dans le processus de création de votre entreprise ?

- oui
- non

Si oui, qui-ils sont ?

- parents
- frères
- sœurs
- Autres

18. Quelles ont les contraintes rencontrées lors de la création de votre entreprise ?

- contraintes administratives
- le foncier industriel
- source de financement
- manque de main d'œuvre
- la difficulté d'accès aux sources d'énergie (gaz, électricité et eaux)
- Autres, précisez,.....

19. Comment était la durée du processus de création de l'entreprise ?

- Très courte
- Courte
- Longue
- Très longue

20. Est-ce que vous avez demandé l'aide à un organisme de soutien ?

- oui
- non

Si oui, lequel ?

- ANDI
- ANADE
- CNAC
- ANGEM
- Autres

21. pourquoi vous aviez choisi le soutien de ces dispositifs ?

- la facilité des démarches administratives
- Les aides proposées par les dispositifs
- Autres

22. le choix d'un secteur d'activité a été déterminé en fonction des facteurs, tels que :

- Personnel
- Les dispositifs d'aide à la création
- Famille

23. Quels conseils donnez pour un jeune entrepreneur désirant créer une entreprise ?

.....

.....

.....



# *Table des matières*

# TABLE DES MATIERES

Dédicaces

Remerciements

Liste des abréviations

Liste des tableaux

Liste des figures

Sommaire

<b>Introduction générale.....</b>	<b>1</b>
<b>Chapitre I : cadre théorique : les fondements théoriques de l'entrepreneuriat.....</b>	<b>4</b>
<b>Introduction.....</b>	<b>5</b>
<b>Section 01 : les approches théoriques de l'entrepreneuriat.....</b>	<b>5</b>
1.1. Définitions de l'entrepreneuriat.....	5
1.2. Genèse et fondements de l'entrepreneuriat .....	6
1.2.1. Approche fonctionnelle (What).....	7
1.2.2. Approches centrées par les individus (Why and Who) .....	8
1.2.3. Approches basées sur les processus (How).....	10
1.2.4. Vue synthétique du champ de l'entrepreneuriat .....	12
1.3. L'importance de l'entrepreneuriat.....	14
1.3.1 Entrepreneuriat et la croissance économique.....	14
1.3.2 Entrepreneuriat et création d'emploi.....	14
1.3.3 Entrepreneuriat et renouvellement du parc d'entreprises.....	14
1.3.4 Entrepreneuriat et Innovation.....	15
1.4. L'impact de l'entrepreneuriat.....	15
1.4. Définition de l'entrepreneur.....	16
1.6. Quelques définitions de l'entrepreneur.....	17
<b>Section 02 : les approches typologiques de l'entrepreneur.....</b>	<b>19</b>
1.La typologie selon Smith.....	19
2.La typologie selon Laufer.....	20
3. La typologie selon Schumpeter (1935).....	21
5. La typologie selon P.A. JULIEN (1994).....	21
6. La typologie selon Marchesnay (1996).....	22
7. la typologie selon E.M. HERNANDEZ (1999).....	23
8. La typologie selon S. BOUTILIER et D. UZUNIDIS (1995).....	24

9. La typologie selon H.H. STEVENSON (1998).....	24
10. La Typologie selon knight1983.....	24
11. La typologie d’Ettinger (1983).....	25
12. La typologie selon Fillion.....	26
<b>Section 03 : les caractéristiques et objectifs de l’entrepreneur.....</b>	<b>26</b>
3.1. Les caractéristiques de l’entrepreneur.....	26
3.1.1. Leadership.....	27
3.1.2. L’organisation et la coordination.....	27
3.1.3. La confiance en soi et la compétitivité.....	28
3.1.4. L’esprit d’innovation et la prise de risque.....	29
3.2. Les objectifs de l’entrepreneur.....	29
3.2.1. La satisfaction des clients et la qualité.....	30
3.2.2. L’indépendance financière.....	30
3.2.3. La croissance du chiffre d’affaires, et la croissance des bénéfices.....	30
<b>Conclusion.....</b>	<b>31</b>
<b>Chapitre II : le capital social de l’entrepreneur : cas les entrepreneurs créateurs dans la région d’AZAZGA.....</b>	<b>32</b>
<b>Introduction.....</b>	<b>32</b>
<b>Section 01 : le capital social de l’entrepreneur.....</b>	<b>33</b>
1.1. Définition du capital social.....	33
1.2. Les catégories et les formes de capital social.....	34
A) Les catégories de capital social.....	34
B) Les formes de capital social.....	35
1.3. Les approches du capital social.....	36
1.3.1. Le capital social selon l’approche de BOURDIEU.....	36
1.3.1.1.Le capital économique.....	36
1.3.1.2.Le capital culturel.....	36
1.3.1.3.Le capital social.....	37
1.3.2. Le capital social comme un actif collectif, l’approche de COLMAN.....	38
1.3.2.1.Le capital social selon l’approche de COLMAN.....	39
1.3.2.2. Capital social comme un bien privé mais extensible à la communauté.....	41
1.3.3. Le capital social selon l’approche de PUTNAM.....	41
1.4. Les dimensions fondamentales du capital social.....	43

1.4.1. La dimension structurelle du capital social.....	43
1.4.2. La dimension cognitive du capital social.....	44
1.4.3. La dimension rationnelle du capital social .....	45
<b>Section 02 : méthodologie et ordonnances de recherche.....</b>	<b>46</b>
2.1. Objectif de l'enquête.....	46
2.2. La taille de l'échantillon.....	47
2.3. L'idée de questionnaire .....	48
2.4. La formulation du questionnaire.....	49
2.5. Le déroulement du questionnaire .....	50
2.6. Traitement du questionnaire .....	51
<b>Section 03 : présentation et analyse des résultats.....</b>	<b>51</b>
1. Présentation des entreprises des entrepreneurs interrogés.....	53
2. Présentation et identification de l'entrepreneur.....	53
2.1.La répartition des enquêtés selon le sexe.....	54
2.2.La répartition des enquêtés selon l'âge.....	55
2.3.La répartition selon le niveau d'instruction.....	57
2.4.La répartition de l'entrepreneur selon la situation familiale.....	58
2.5. La répartition des enquêtés selon leurs situations sociales avant la création....	60
3. Caractéristiques de l'entreprise créée.....	60
3.1. Répartition des entreprises selon l'idée de création.....	61
3.2.Répartition des entreprises selon l'année de création .....	62
3.3.Répartition des entreprises selon leurs statut juridique .....	64
3.4. La répartition des enquêtés selon le financement initial.....	65
4. Identification du capital social de l'entrepreneur.....	66
4.1. La répartition des entrepreneurs selon la raison de création.....	66
4.2. La répartition des enquêtés selon les conseils fournis par les différentes personnes. pour réussir le projet.....	67
4.3. La répartition des entrepreneurs selon les objectifs de création.....	69
4.4. La répartition des enquêtés selon les personnes ayant contribués au processus de création.....	70
4.5. La répartition des entrepreneurs selon les contraintes rencontrées par les créateurs.....	73
4.6. La répartition des entrepreneurs selon la durée du processus de création.....	74
5. L'influence des dispositifs d'aides à la création .....	75

5.1. La répartition des enquêtés selon la demande de soutien par les organismes à la création .....	76
5.2. La répartition des entrepreneurs selon les choix de soutien des différents dispositifs.....	78
5.3. La répartition des entrepreneurs selon le choix d'un secteur d'activité.....	79
6. Les conseils aux jeunes désirant devenir entrepreneurs .....	80
<b>Conclusion.....</b>	<b>82</b>
<b>Conclusion générale.....</b>	<b>84</b>
<b>Bibliographie.....</b>	<b>86</b>
<b>Annexes.....</b>	<b>89</b>
<b>Table des Matières.....</b>	<b>97</b>

## Résumé

L'entrepreneuriat prend de plus en plus d'importance dans notre société, les attentes sont multiples et revêtent des formes différentes et complémentaires. En tant que phénomène économique et social.

L'entrepreneuriat est un moyen pour assurer la capacité d'innovation et la compétitivité des notions. Elle se caractérise principalement par l'acte de création d'entreprise initié par une volonté individuelle d'un futur entrepreneur doté d'un fort sentiment de prise de risque. De ce fait, pour assurer le bon lancement de ces entreprises privées elles nécessitent un capital social important pour se développer. La contribution de la famille des créateurs de projets occupe une place capitale tout au long de processus de création.

**Mots clés :** entrepreneuriat, entrepreneur, création d'entreprise, capital social.

## Abstract

Entrepreneurship is becoming more and more important in our society, the expectations are multiple and take different and complementary forms. As an economic and social phenomenon.

Entrepreneurship is a means of ensuring the capacity for innovation and the competitiveness of concepts. It is mainly characterized by the act of creating a business initiated by the individual will of a future entrepreneur with a strong sense of risk taking. Therefore, to ensure the successful launch of these private companies they require significant social capital to develop. The contribution of the family of project creators occupies a central place throughout the creation process.

**Keywords:** entrepreneurship, entrepreneur, business creation, social capital.