

UNIVERSITE MOULOU D MAMMERI DE TIZI- OUZOU
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des sciences de Gestion
Département des Sciences Commerciales



Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du Diplôme de Master en Sciences Commerciales
Spécialité : Marketing Hôtelier et Touristique

Thème

Le Développement de l'Esprit Entrepreneurial dans le Domaine de Tourisme : Cas des wilayas du centre de L'Algérie

Présenté par :

AOU DJ Mohamed

ALICHE Samia

FILALI Dahbia

Encadré par :

M^r KHEDACHE Samir

Promotion 2018/2019

Remerciements

Premièrement nous tenons à remercier le dieu qui nous a donné le courage et la patience pour la réalisation de ce travail.

Nous remercions également notre encadreur, Mr KHEDACHE SAMIR pour son accompagnement scientifique et moral constant.

Aussi, nous tenons à présenter nos remerciements et nos profondes gratitudes aux enseignants qui ont accepté d'être membres du jury de nos soutenances.

Nous remercions, aussi, les enseignants de la faculté des Sciences commerciales pour leurs remarques et leurs encouragements.

Un grand merci à tous les membres de nos familles pour leurs soutiens et leurs affections.

Merci, à nos amis, notamment, pour leurs contributions quant à la documentation fournie et leurs soutiens moral.

De tout cœur, merci.

Dédicaces

**Je dédie ce modeste travail :
Tous d'abord et avant tout, à mes très chers
Parents, pour leurs soutiens et leurs
sacrifices tout au long de ma vie.**

A mes frères et sœurs

**A tous mes copines et amis(es), et toute la
Promotion MHT 2018/2019.**

**A toutes les personnes de près ou de loin qui
m'ont motivé tout au long de mes études.**

Merci dieu

Dahbia

Dédicaces

**A la mémoire de mes chers parents qui
ont fait des sacrifices tout au long de
mon parcours scolaire**

A mes chers frères et sœurs

**A mon fiancé Malek qui à été toujours
avec moi, mes beaux parents**

Aux membres de jury

A toutes les amis de la promotion

Samia

Dédicaces

**Je dédie ce modeste travail
A mes chers parents qui ont fait des
sacrifices tout au long de mon parcours
scolaire.**

**A tous mes frères et soeurs.et mes grandes
mères.**

**Aux gens qui m'ont aidé dans mon projet de
recherche, et mes amis qui m'ont soutenu.**

Je vous remercie tous.

Mohamed

Liste des abréviations et sigles

Abréviations	Significations
ANDI	l'Agence Nationale du Développement de l'Investissement
ANSEJ	Agence Nationale de Soutien pour l'Emploi des Jeunes
APSI	Agence de Promotion et de Soutien à l'Investissement
APSSI	l'Agence de Promotion et de Soutien et de Suivi de l'Investissement
CALPI	Comité d'Assistance et de Localisation pour la Promotion de l'Investissement
CAP	Croissance, Autonomie, Pérennité
CNAC	Caisse Nationale d'Assurance Chômage
EURL	entreprise unipersonnelles à responsabilité limitée
FMI	Fond Monétaire International
GE	grande entreprise
PDG	Présidentiel de la Direction Général
PE	petite entreprise
PIB	Produit Intérieur Brute
PIC	Pérennité, Indépendance, Croissance
PME	Petite et Moyenne Entreprise
PMI	petite et Moyenne Industrie
SARL	sociétés à responsabilité limitée
SNC	sociétés au non collectif
TAR	Théorie de l'Action Résonnée
TPE	Très Petite Entreprise
USD	United state dollars

Sommaire

Introduction Générale.....	1
Chapitre I : Généralité sur l'entrepreneuriat et l'entrepreneur.....	4
Introduction	4
Section 01 : Le cadre conceptuel et théorique de l'entrepreneuriat.....	5
Section 02 : les déterminants et les facteurs déclenchant l'esprit d'entreprise.....	15
Conclusion	22
Chapitre II : Les modèles d'entrepreneuriat et l'esprit entrepreneurial.....	23
Introduction.	23
Section 01 : Les modèles d'entrepreneuriat	24
Section 02 : Les Modèles d'intention et la conception intentionnelle de la création d'entreprise.....	32
Conclusion	39
Chapitre III : Entrepreneuriat et investissement touristique en Algérie.....	40
Introduction.	40
Section 01 : Aperçue sur l'entrepreneuriat en Algérie.....	41
Section 02 : L'investissement touristique en Algérie.....	50
Conclusion	55
Chapitre IV : Présentation et Analyse des Résultats de l'enquête.....	56
Introduction	56
Section 01 : Méthodologie et organisation de la recherche.....	57
Section 02 : Analyse des résultats de l'enquête.....	61
Conclusion	89
Conclusion Générale.....	90

Dans les sociétés modernes, L'entrepreneuriat se trouve aujourd'hui au cœur du développement humain, c'est le moyen idoine pour le développement économique, il donne des perspectives sur l'avenir et favorise l'expression du potentiel des personnes. L'entrepreneuriat est l'action de créer la richesse et -ou- l'emploi par la création ou la reprise d'une entreprise. Un entrepreneur c'est donc, une personne qui s'engage dans un effort visant à transformer ses idées et ses innovations en biens économiques, cela peut aboutir à des nouvelles organisations, ou peut être à la revitalisation de certains secteurs des organisations en réponse à une opportunité perçue.

L'entrepreneur est un homme dont les horizons économiques sont vastes, et dont l'énergie est suffisante pour basculer la proportion à la routine et réaliser les innovations. Les entrepreneurs sont des gens qui prennent des initiatives individuelles qui permettent de développer l'esprit d'entreprendre qui est l'aptitude créative de l'individu à identifier une opportunité et à la saisir pour produire une nouvelle valeur.

L'acte d'entreprendre est vital dans la mesure où il constitue une formidable voie de réalisation de soi. C'est une démarche de création visant la satisfaction des besoins spécifiques, du porteur de projet ainsi que la recherche d'une meilleure adéquation avec les besoins de son environnement.

Depuis l'ouverture économique dans les années 90, l'Algérie a affiché des discours d'encouragement et d'ouverture à l'entrepreneuriat à travers des réformes et des lois facilitant la création des entreprises.

L'Algérie a enclenché un processus de transition vers une économie de marché qui lui a imposé une politique de réformes structurelles, dont l'objectif est le rétablissement des équilibres macro-économique et la libéralisation de l'activité économique, ce qui a permis le développement de secteur touristique longtemps laissé à la marge de l'économie malgré ses potentialités dans la formation du produit intérieure brute PIB et plus particulièrement dans la création de l'emploi.

Dans ce contexte la création d'entreprise constitue un enjeu économique fondamental de la dynamique de développement. La création d'entreprise constitue le moteur du développement économique, de la création de l'emploi, de la lutte contre le chômage et de la stimulation de l'esprit d'entreprise, de la créativité et de l'innovation.

L'esprit est une dynamique d'action de l'individu nécessaire pour aboutir à la réalisation entrepreneurial en conséquence de quoi, l'entrepreneuriat serait une dynamique d'action et un état d'esprit qu'on peut acquérir par la formation, la sensibilisation aux situation par les mesures d'accompagnement ou encore par des techniques et outils spécifiques. La création d'entreprise

est devenue aujourd'hui le mot d'ordre en matière de développement. Face aux défis de la mondialisation, l'entrepreneuriat devient un moyen pour les milieux d'assurer leurs capacités d'innovation et leurs compétitivités. La capacité des nouvelles entreprises à générer la croissance économique, des emplois et de l'innovation justifie, l'intérêt qu'elles suscitent.

L'Algérie, à la fin des années 80, a commencé à se désengager progressivement de la sphère économique, notamment en matière d'investissement surtout avec le prolongement du code de l'investissement en 1993, et la mise en place de différents dispositifs de création d'entreprises (ANDI, APSI, ANSEJ, CNAC). Ainsi Plusieurs mesures ont été prises et des institutions sont créés afin de soutenir l'initiative individuelle.

La capacité de création d'entreprise est pour chaque pays la résultante de nombreux facteurs liés aux opportunités et aux potentialités individuelles à l'environnement économique, aux interventions de l'état et aux aspects culturels de la création d'entreprise.

▪ **Problématique de la recherche**

Le but de notre travail consiste à étudier l'activité entrepreneuriale, en portant une attention particulière sur les différents aspects entourant ce phénomène, pour mieux expliquer le développement entrepreneurial, pour ce faire, notre étude va porter sur une question centrale suivante :

« *Quels sont les déterminants de développement de l'esprit entrepreneurial dans le domaine de tourisme en Algérie ? Cas des wilayas du centre de l'Algérie* »

▪ **L'objectif de la recherche**

L'objectif de notre étude est de cerner le phénomène de la création des entreprises touristiques en essayant de comprendre les caractéristiques, les facteurs et les déterminants de développement de l'esprit entrepreneurial ainsi que les motivations et les différentes attitudes des entrepreneurs touristiques qui sont à l'origine de la création de leur entreprise.

▪ **Méthodologie de la recherche**

Pour répondre à la problématique posée, nous envisageons d'adopter la démarche suivante : D'une part, une approche théorique concernant l'activité entrepreneuriale, nous nous appuyerons sur une étude documentaire basée sur la consultation des différents ouvrages traitants la question, travaux universitaires réalisés sur le sujet, revues et articles spécialisés, sites internet pour la compréhension des concepts relatifs à notre problématique.

D'autre part, nous comptons sur une approche de terrain à travers :

- Une recherche documentaire et des enquêtes auprès des établissements touristiques (*agence de voyage, hôtel, location de voiture, restaurant, la direction de tourisme et de l'artisanat*) des wilayas du centre d'Algérie ;

- Une enquête par questionnaire sur un échantillon de 45 entrepreneurs touristiques des wilayas du centre d'Algérie.

Le plan de la recherche

Nous avons divisé notre travail en quatre chapitres, en essayant ainsi de répondre à notre question de départ.

Le premier chapitre sera consacré à présenter l'entrepreneuriat et l'entrepreneur, ce chapitre sera divisé en deux sections, la première intitulée le cadre conceptuel et théorique de l'entrepreneuriat, la deuxième intitulée les déterminants et les facteurs déclenchant l'esprit d'entreprise.

Le deuxième chapitre intitulé les modèles d'entrepreneuriat et l'esprit entrepreneurial, la première section présentera les modèles d'entrepreneuriat, la deuxième section sera consacrée aux modèles d'intention et la conception intentionnelle de la création d'entreprise.

Dans le troisième chapitre, nous allons présenter l'entrepreneuriat et l'investissement touristique en Algérie, la première section intitulée aperçue sur l'entrepreneuriat en Algérie, la deuxième section sera sur l'investissement touristique en Algérie.

Le quatrième chapitre s'articule autour de l'enquête, que nous mènerons auprès d'un échantillon des entreprises touristiques dans les wilayas du centre d'Algérie, les éléments essentiels de ce chapitre concerneront la présentation de la méthodologie à suivre dans l'accomplissement de l'enquête et l'analyse des principaux résultats obtenus de cette enquête.

Introduction

Le développement des entreprises est le fait des entrepreneurs, de ceux qui gèrent les ressources humaines et matérielles, dans le but d'implanter les solutions.

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

L'entrepreneur était le centre des contributions de plusieurs chercheurs des différents domaines, ces différentes contribution 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.

Dans ce chapitre qui sera consacré à l'entrepreneuriat et l'entrepreneur nous allons présenter dans un premier lieu le cadre conceptuel et théorique de l'entrepreneuriat, la deuxième section sera consacré à définir les déterminants et les facteurs déclenchant l'esprit d'entreprise.

Section 01 : Le cadre conceptuel et théorique de l'entrepreneuriat**1-Définition de l'entrepreneur**

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 commercialiser tout en cherchant son intérêt.

L'entrepreneur est celui qui dirige l'entreprise qu'il a créé, qui possède des qualités particulières qui met en œuvre des nouvelles méthodes au sens économique, l'entrepreneur est celui qui combine des ressources de la main-d'œuvre, des matières premières et d'autres actifs pour leur donner une valeur plus grande qu'auparavant, ou encore celui qui introduit des changements, des innovations et un ordre nouveau, pour récapituler les principales écoles de pensée en entrepreneuriat nous avons basé sur les travaux de Cunningham et Licherons qui ont abordé d'une façon complété le champ.¹

1-1 Selon L'école des caractéristiques psychologiques

L'école des caractéristiques psychologiques met l'accent sur les facteurs personnels et les valeurs uniques des entrepreneurs². A Fayolle résumé cette école de pensée en indiquant que l'entrepreneur a des caractéristiques psychologiques unique(*valeurs, attitudes, besoins*) qui le guident dans le processus entrepreneurial, parmi celle-ci nous notons principalement le besoin de réalisation d'indépendance ,le contrôle interne, la prise de risques, en même temps que des valeurs d'honnête ,de sens du devoir, de responsabilité et d'éthique l'imagination, la confiance en soi, l'enthousiasme , le goût par la direction et la résolution de problèmes.

1-2- Selon L'école classique

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

1-3- Selon L'école du management

Selon l'école de management, les entrepreneurs sont des organisateurs de processus de création des richesses économiques. Ce sont des personnes qui organisent, gèrent et qui assument le risque. Broyat dit que l'entrepreneur est quelqu'un qui perçoit des opportunités et qui crée une organisation pour exploiter³.

¹ TOUNES, (A) *L'intention entrepreneuriale*, thèse pour le doctorat en sciences de gestion, université de Rouen, 2003 p 17-18.

² BERBER, (N) *entrepreneuriat en Algérie*, Mémoire de Magister en management, université d'Oran, 2014,p.18.

³ *Ibid.*, p.19.

1-4- Selon L'école du leadership

L'entrepreneur est un leader qui sait animer des équipes et conduire les hommes vers l'atteinte des buts et objectifs assignés. Il a une capacité à adapter son style aux besoins des gens. L'entrepreneur joue un rôle dans la motivation, la direction et la conduite de son personnel. Les résultats de la recherche montrent que l'entrepreneur apparaît comme un individu doté des caractéristiques psychologiques uniques ayant même une capacité intuitive à entreprendre, il apparaît à d'autre plutôt comme un manager capable d'innover de leadership.

A d'autre encore, il apparaît comme preneur de risque détecteur d'opportunités capable d'évoluer dans des situations et de contextes différents liés à des entreprises existantes ou en voie de création.

2-Les caractéristiques de l'entrepreneur

Il existe chez l'entrepreneur quelque chose qui le distingue du reste de la population. Nous allons essayer de présenter les principales caractéristiques d'un entrepreneur en se référant à la synthèse réalisée par certains auteurs.

2-1- L'entrepreneur comme initiateur

L'entrepreneur est l'acteur de processus entrepreneurial plusieurs auteurs comme Sophie Boutillier et D. Uzunidis ont étudiés les caractéristiques de ce dernier.

Les premières recherches dans le domaine d'entrepreneuriat ont porté sur l'entrepreneur comme initiateur, acteur du processus, ayant une intention et une volonté pour s'introduire dans les domaines des affaires, ces études portaient sur les caractéristiques psychologiques « *l'approche par traits* », et le modèle de SHAPERO qui sera détaillé dans la première section de deuxième chapitre.

2-2-Un besoin d'accomplissement

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

2-3- Entrepreneur Innovateur

J Schumpeter souligne que les individus capables d'innover méritent seuls l'application d'entrepreneur : ils ont dotés d'intégration et font preuve d'initiative et de volonté, ils assurent le passage entre le monde scientifique de la découverte et des inventions et le monde économique des innovations.

C'est-à-dire que l'entrepreneur profite des connaissances des savants inventions pour créer des produits utiles en innovant.

2-4- Un preneur de risque

Le fait de Créer une entreprise ou commercialiser une innovation présente un risque supérieur. Plusieurs études ont montré que le plus souvent, le jeune entrepreneur connaît mal ses coûts et les potentialités du marché. Les spécialistes s'accordent pour considérer la prise de risques comme étant une caractéristique qui différencie les entrepreneurs des autres individus. Lors de création de son entreprise, l'entrepreneur va assumer des risques des différentes natures.

2-4-1- Risque d'ordre familial

L'action de Créer une entreprise c'est consacrer plus de temps à son travail et moins à sa famille, en cas d'échec apparition des difficultés familiales.

L'entrepreneur supporte les risques liés aux contraintes du marché et aux fluctuations des prix, il effectue des achats à des prix certains pour fournir tous les facteurs nécessaires à sa production, ses ventes et ses recettes sont par contre aléatoires, son revenu, le profil, est incertain, Face à toutes ces difficultés, le créateur est un individu qui cherche à minimiser ses risques. Alors les entrepreneurs sont considérés comme : « *risque tankers* ». Selon cette perception, le risque est expliqué en raison de trois points :

2-4-1-1-une caractéristique personnelle de l'individu

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

2-4-1-2-Par l'influence du milieu familial et professionnelle

Selon Weber⁴ l'entrepreneur est un aventurier, un sentiment d'écouter des conditions familiales et expérience professionnelle.

2-4-1-3-Le vécu par l'individu

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

⁴ WITTERWULGHE, (R) : La PME, une entreprise humaine, Boeck université, 1998, p 132.

3- Définition de l'entrepreneuriat

Concept difficile à définir puisqu'un flou entoure à la fois la graphie du mot et la délimitation des activités qu'il recouvre.

Alors que "l'entrepreneur SHIP « est passé dans le vocabulaire quotidien dans le monde anglo-saxon son équivalent français, l'entrepreneuriat n'a pas encore connu le même succès. D'ailleurs, son orthographe semble incertaine :

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

L'entrepreneuriat est un phénomène multiple, dont la compréhension requiert les éclairages de différents disciplines scientifiques ayant chacune leur spécificité.

Pour Fayolle⁵ et Filion il s'agit d'un phénomène multidimensionnel qui peut être étudié sous différents angles, en mobilisant de nombreuses disciplines et une grande diversité d'approches méthodologiques. Ces auteurs identifient deux manières d'aborder l'entrepreneuriat :

- L'entrepreneuriat comme identification d'opportunité d'affaire, par des individus ou des organisations. Ces derniers poursuivent et concrétisent, l'opportunité identifiée, indépendamment des ressources directement contrôlées ;
- L'entrepreneuriat comme processus susceptible de prendre place dans différents environnements et sous différentes configurations.

L'entrepreneuriat s'étend de la création d'une petite entreprise traditionnelle orientée vers le marché local et destinée à satisfaire des besoins de base à l'entreprise de haute technologie orientée vers les marchés internationaux⁶.

A partir de toutes ces définitions, nous pouvons conclure que :

- L'entrepreneuriat est un phénomène économique, social et culturel qu'il faut développer. L'entrepreneur doit mettre sur pied un projet qui a de sens, pour réaliser ces rêves. Cette action permet d'organiser et réaliser une activité génératrice de revenu et de prendre un risque financier pour le faire ;

⁵ Fayolle(A), Filion(L.J) : *Devenir entrepreneur, des enjeux aux outils*, Paris, village Mondial, p 17.

⁶ BENATA, (M), *Influence de la culture et de l'environnement sur l'intention entrepreneuriale cas de l'Algérie*, thèse de doctorat en science économique, université Abou BEKR BELKAID Tlemcen, 2014/2015, P 16.

- L'entrepreneur est une personne physique qui planifie et démarre une activité et prend le risque de réunir des capitaux et des hommes, qui a pour but de réaliser un certain nombre d'objectifs économiques. L'entreprise ainsi créée sera l'entité juridique à laquelle ces objectifs seront assignés, il est un acteur incontournable de la vie économique.

4- Définition de l'esprit d'entreprise

La définition du livre vert sur l'esprit d'entreprise en Europe résume bien la diversité des cas De figure envisageables : « *L'esprit d'entreprise désigne un état d'esprit ainsi que le processus de création et de développement de l'activité économique par la combinaison de la prise de Risque, de la créativité et /ou de l'innovation et d'une saine gestion, dans une organisation nouvelle ou existante* ». ⁷

5- Définition de l'esprit entrepreneurial

Selon Block et Stumpf 1992 : « *l'esprit entrepreneurial est la volonté d'essayer de nouvelles choses ont de faire les choses différemment simplement par ce qu'il existe une possibilité de changement* » ⁸.

De ces définitions, nous constatons que :

- L'esprit d'entreprise est lié à l'entrepreneuriat, c'est-à-dire à la volonté de mettre en œuvre un processus de conception de lancement et de gestion d'une entreprise qu'il s'agisse d'une entreprise au démarrage, ou une entreprise déjà existante ;
- L'esprit entrepreneurial est le premier acte dans le processus entrepreneurial, elle résulte la volonté d'une personne à créer sa propre entreprise, et un état d'esprit qui n'est pas fixe et rigide. C'est un « *état d'esprit de développement basé sur la croyance que les qualités fondamentales sont des choses que nous pouvons cultiver par nos efforts* ».

6- Typologie d'entrepreneur

A base des caractéristiques psychologiques, sociologiques et managériales de l'entrepreneur, les chercheurs ont donné une certaine classification.

6-1-Typologie selon Lorrain et Dussault

Fondée sur le niveau d'éducation, selon Lorrain et Dussault « *l'entrepreneur artisan* » : caractérisé par une compétence technique et un faible niveau de formation, caractérise par une forte volonté l'autonomie et l'indépendance, une forte liaison au milieu familiale.

⁷ Henri, (C) : *Entrepreneuriat et la création d'entreprise*, Facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise, de Boeck, 4^{es} édition, S.A., 2009, p 21.

⁸ RAJHI, (N) : *Conceptualisation de l'esprit entrepreneurial et identification des facteurs de son développement dans l'enseignement supérieur tunisien*, thèse de doctorat en sciences de gestion, université de Grenoble, 2011, p101.

Et « *l'entrepreneur opportuniste* » est mieux formé, ayant un niveau de formation élevés à des expériences dans le domaine de gestion.

6-2- Typologie selon Boutillier

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

- **Entrepreneur** : Propriétaire, organisateur, gestionnaire, de l'entreprise et crée des emplois et des richesses ;
- **Manager** : Salarié, gestionnaire, organisateur, ne supporte pas des risques.

6-3-Typologie selon Mar Chesnay

Pour Mar Chesnay(1996) a distingué deux types d'entrepreneurs en se basant sur les trois inspirations suivantes :⁹

- **La pérennité de son entreprise** : C'est -à-dire le souci de durée, notamment l'entreprise. Dans l'espoir de transmettre à un repreneur ou un membre de la famille ou de l'entreprise.
- **L'indépendance** : Chaque entrepreneur souhaite être indépendant en termes de propriété de capital ou autonome en termes de prise de décision, ce sont les deux formes distinctes de la volonté d'indépendance.
- **La croissance** : C'est la volonté de puissance et le désir de pouvoir.

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

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

En priorité l'entrepreneur CAP vise la croissance forte ou un degré de risque est présent il cherche l'autonomie de décision, peu intéressé par la pérennité de son activité.

6-4- Typologie selon D.UZUNIDIS

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

⁹ Mar Chesnay, (J) :*L'entrepreneuriat, ECONOMICA*, Paris, 1996.p58-59, cité par BERBER, (N) : *Op, cit*, p.25.

Tandis que l'entrepreneur révolutionnaire se caractérise par la nouveauté et le changement, diplômé et quantifié, son capital connaissance est élevée, par contre le côté financier est moindre. Il cherche constamment à offrir au marché des produits et services nouveaux et il est souvent mieux informé sur la technologie ou/ et même sur les aides institutionnelles existante.¹⁰

7-Les diverses formes de l'entrepreneuriat

7-1- La création d'entreprise

Pour Broyat, la création d'entreprise correspond surtout à des créations d'activités économiques nouvelles par des personnes n'étant pas déjà chefs d'entreprise¹¹.

7-2- La création ex-nihilo

C'est une expression latine signifiant « à partir de rien ». Elle est la forme la plus pure de l'entrepreneuriat. Un individu, seul ou avec quelques associés, crée une entreprise indépendante ne reposant sur aucune structure préexistante. Ce type de création repose sur une idée innovante ou l'entrepreneur sera chargé de convaincre les utilisateurs et les acteurs de ce nouveau produit.¹²

7-3-La création par essaimage

C'est le fait de créer une entreprise quand on est salarié et avec l'aide de son entreprise, c'est certainement une démarche plus facile. Les projets peuvent être variés et concerner la création d'un commerce ou d'une entreprise industrielle mais l'accompagnement (*matériel, intellectuel, commercial, financier*) d'une entreprise peut être de nature à réduire le niveau de risque de l'entrepreneur.

7-4-La création en franchise

Elle met en relation un franchiseur, entreprise qui souhaite se développer en utilisant cette modalité, et un franchisé, individu qui veut créer une entreprise en appliquant une formule, autour d'un concept, qui a déjà été utilisé ailleurs.

Ce type de création consiste, d'une certaine façon, à imiter un fonctionnement qui existe dans un contexte géographique donné. Elle peut permettre à celui qui n'a pas d'idées propres ou qui n'a pas une capacité à innover de réaliser son objectif de création d'entreprise.

¹⁰BOUTILLIER, (S) et UZUNIDIS, (D) :*L'entrepreneur, une analyse socio-économique*, ECONOMICA, paris, 1995, P 86-88.cité par BERBER, (N) : Op, cit, p.27.

¹¹ AT SAID, (S) : *Analyse entrepreneuriale et création d'entreprise dans la wilaya de Bejaia*, Mémoire de fin de cycle pour l'obtention du Diplôme de Master en sciences de gestion, Université Abderrahmane Mira de Bejaia, 2015, p9.

¹² *Ibid*, p9.

7-5- La création de filiale

L'entrepreneur agit, dans ce cas, pour le compte d'une entreprise existante qui lui confie un projet de nature entrepreneurial. Les risques personnels sont très limités et les conditions matérielles proposées sont celles d'un cadre ou d'un dirigeant. Cette situation peut convenir à celui qui va entreprendre mais qui ne le fait pas peur des risques et pour ne pas remettre en cause sa situation personnelle ou familiale.

7-6- La création d'activité nouvelle

Ce cas est assez proche du précédent. Tout se passe dans une organisation existante avec les avantages et les inconvénients liés à ce positionnement. Très fréquemment, ce type de situation fait davantage appel à des qualités et des compétences utiles pour innover. Les entrepreneurs potentiels créatifs et dotés d'une capacité réelle de management de projets d'innovation peuvent être concernés par la création d'activité nouvelle, qu'ils aient initiée ou non le processus¹³.

7-7- La reprise d'entreprise

C'est reprendre par un individu (*entrepreneur*) pour son propre compte ou pour une entreprise existante une activité dont l'organisation existe déjà. Dans ce sens l'incertitude est généralement moindre et les niveaux de risque sont beaucoup plus faibles. L'acte de reprendre impulsé par l'entrepreneur peut concerner une entreprise ou une activité en difficulté, sinon sur une entreprise qui est en bonne santé.

7-8- Intrapreneuriat

Le phénomène entrepreneurial ne se développe pas seulement à travers la création ou la reprise d'entreprises indépendantes, propriété de leurs initiateurs, mais également à l'intérieure d'entreprises existantes. « *L'entrepreneuriat est le processus par lequel une personne ou un groupe de personnes, en interaction avec une entreprise existante, crée une nouvelle organisation ou participe au renouvellement de l'organisation par l'innovation* ». ¹⁴

7-9- Extrapreneuriat

Veut dire "des actes d'entrepreneuriat par-sortie- de l'entreprise. On a deux cas de figures : « *L'extrapreneur* » continue à travailler avec l'entreprise mère, et agit en sous-traitant ou d'intelligence, « *L'extrapreneur* » va exercer ses talents dans des domaines complètement différents, ce qui peut correspondre à une volonté de diversification. ¹⁵

¹³ Alain(F), *entrepreneuriat apprendre à entreprendre*, 5^{ème} édition DUNOD, paris, 2004, p64-65.

¹⁴ AT SAID, (S): *Op*, cit, p.10.

¹⁵ Coster, (M) : « *Entrepreneur et entrepreneuriat* », sous la direction de Françoise Dany, *Cadres et entrepreneuriat : mythes et réalités* les cahiers de grande cadres, 15 Avril 2019, pp.15-16.

8-Les Étapes de la création d'entreprise

Il existe quatre étapes de la création d'entreprise :¹⁶

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

8-1- Évaluations de l'opportunité de création d'entreprise

Transformer une idée en opportunité de création réaliste nécessite de définir l'idée initiale le plus précisément possible : Que veut-on apporter ?quels sont les premières questions qu'il convient d'étudier en priorité ?

Pour y répondre, il va falloir rechercher des informations, recueillir l'avis des conseillers, d'experts et des spécialistes, tester l'idée auprès de personnes extérieures et analyser les contraintes inhérentes au projet. À ce stade, il est impératif de donner des ordres de grandeur : chiffres d'affaires visé, effectif, types et niveaux de compétences, moyens et capitaux nécessaires.

Dans cette étape, les compétences clés du créateur nous apparaissent être les suivantes.

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

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

L'analyse de la situation et l'approche globale constituent des outils très efficaces pour réaliser ce travail d'évaluation.

Dans certains cas et notamment pour des projets innovants, l'évaluation de l'opportunité passe par des phases de recherche et développement, le prototypage, d'essais et d'expérimentation destinées à vérifier la faisabilité du concept.

¹⁶Alain, (F) : *Op,cit*, p.p.117-122.

8-2- Conception et formulation du projet de la création

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

8-3- Montage juridique et financement du projet

Le montage juridique est important. Le choix d'une structure juridique a des conséquences fiscales et sociales sur le créateur et sa famille. Il est souhaitable de décider en parfaite connaissance des tentas et des aboutissants. D'autre part, la sélection de statut juridique de l'entreprise doit être faite en fonction de contexte stratégique, financière et humaine.

Mais le montage juridique ne se limite pas au seul choix d'une structure juridique.

Il est nécessaire aussi de sécuriser, autant que possible, les relations avec les tiers : salariés, investisseurs, partenaires, fournisseurs et sous-traitants. Enfin, dans le cas de la création d'entreprise innovante, il faut maîtriser les techniques de protection et de valorisation-négociation de l'innovation et des savoirs- faire immatériels.

Le financement du projet peut prendre plus ou moins de temps en fonction de l'importance des besoins et de la complexité du dossier. Le business plan permet d'engager le dialogue avec les banquiers et les investisseurs. À ce stade, le créateur doit parfaitement maîtriser son projet et être capable de répondre à toutes les questions posées par les partenaires financiers éventuels.

8-4- Le lancement des activités

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

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

Cette période va de la création juridique jusqu'à l'atteinte du point d'équilibre opérationnel ou point mort opérationnel. Le point mort étant le niveau du chiffre d'affaire ou l'ensemble des charges, variables et fixes, est complètement absorbé par les marges dégagées. Dans certain cas, cela peut prendre plusieurs années d'où l'importance d'un suivi régulier des affaires et de l'application de principes et règles de gestion stricts. On peut les résumer schématiquement par le contrôle et la maîtrise des prix de revient, la surveillance des niveaux de stock, la maîtrise des investissements et la gestion de la qualité.

Le but du jeu est d'éviter les écarts et les dérapages trop importants entre les prévisions et les réalisations. Si les écarts sont inévitables, il faut engager le plus rapidement possible les actions correctrices.

Section 02 : Les déterminants et les facteurs déclenchant l'esprit d'entreprise

1- Les déterminants de la création de l'entreprise

Il ya un ensemble des déterminants qui aide l'individu a créé son propre entreprise à savoir, les caractéristiques individuelles, l'influence du milieu, la situation sur le marché de l'emploi, l'importance au niveau de qualification et enfin les déterminants environnementaux.¹⁷

1-1- Caractéristiques individuelles

Des nombreux travaux empiriques ont étudié dans quelle mesure le processus de création pouvait être lié à des caractéristiques individuelles spécifiques.

Ces travaux s'appuient sur l'hypothèse que certains individuelles spécifiques. Ces travaux s'appuient sur l'hypothèse que certains individus ont une probabilité plus élevée de créer une entreprise en raison de leur profil spécifique comme leur capacité à entreprendre, leur désir d'Indépendance, l'environnement familial ou encore l'âge et le genre.

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

¹⁷ HENRI, (C) : *entrepreneuriat et création d'entreprise*, 1^{er} édition de Boeck université, Bruxelles, p48-64.

1-2-L'influence du milieu

L'influence du milieu sur la création d'entreprise peut être décomposée en quatre facteurs principaux : la demande du marché et son accessibilité, les économies d'agglomération et de localisation, l'environnement et le contexte socio-économique ainsi que le marché du travail.

1-2-1- La demande de marché et son accessibilité

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

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

1-2-2- Les économies d'agglomération et de localisation

De manière générale, on distingue deux types d'externalités liées à la proximité : les économies de localisation et les économies d'urbanisation. Les économies de localisation sont liées au nombre d'entreprises, appartenant à un même secteur, regroupées dans une zone spécifique. Des externalités émergent au travers l'accès à une main d'œuvre spécifique, la disponibilité des biens et service intermédiaires et la production de la connaissance spécialisée. Les économies d'urbanisation correspondent à des externalités de concentration liées au « *clustering* » c'est-à-dire au phénomène de regroupement des activités économiques différentes et proviennent des avantages liés au développement de l'urbanisation et à la proximité l'entreprise diversifiée offrant des services complémentaires des ressources intermédiaires et des transferts d'information entre secteur.

Dans la littérature empirique, il n'est pas clairement établi si c'est la spécialisation ou plutôt la diversité industrielle qui offre l'environnement le plus favorable à la création et la croissance des nouvelles entreprises. Aux ETATS-UNIS Glaeser et Al. Ont obtenu des résultats empiriques soutenant que les entreprises connaissent une croissance plus rapide dans les zones plus diversifiées et FELDMAN et ANDERSCH suggèrent que la DIVERSITE favorise l'innovation plutôt que la spécialisation.¹⁸

Par opposition, Henderson et al. Ont étudiés les effets des externalités des économies d'échelle sur l'emploi dans les secteurs manufacturiers traditionnels et high-tech et obtiennent des résultats empiriques favorables aux économies de localisation alors que les économies

¹⁸ HENRI, (C) : *Op.cit.*, p51.

d'urbanisation n'ont de l'importance que dans les secteurs high-tech. il en va de même pour GARAFOL. De manière générale, la diversité semble exercer une influence plus importante sur la localisation spatiale des nouvelles activités économiques que la spécialisation.

1-2-3-Le marché du travail

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

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

1-3- La situation sur le marché de l'emploi

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

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

1-4- Importance du niveau de qualification

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

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

1-5-Les déterminants environnementaux

La propension à créer son entreprise et non seulement influencée par des facteurs personnels et les opportunités de marché mais également par l'environnement économique,

social, culturel et institutionnel dans lequel s'inscrit le processus de création. De même la capacité de réussite des créateurs de l'entreprise dépend de l'environnement dans lequel ils envisagent de se développer. Notamment, Wagner a mis en évidence le rôle important joué par l'environnement industriel dans le taux d'activité entrepreneurial en Allemagne.

De même pour, SHUTJENS et WEVER et TAMASY non seulement le taux de création mais également le succès des entreprises créées dépendent de l'environnement géographique et de la structure industrielle qui sont des facteurs externes à l'entreprise. L'existence d'un climat industriel favorable est source d'effet de débordement qui rend l'acquisition des ressources nécessaires aux nouvelles firmes plus aisées, que ce soit en termes de clientèle, de fournisseurs ou d'espace disponible. A partir de l'analyse de plusieurs cohortes de création de l'entreprise aux ETATS UNIS Boden et NUSSI constatent que les conditions sur le marché des biens au de travail influent sur la création d'entreprise et la viabilité des entreprises créées.

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

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

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

2-Les facteurs déclenchant l'esprit d'entreprise

Il y a un ensemble des facteurs qui poussent l'individu à se lancer dans la création d'entreprise, ces facteurs peuvent être regroupés autour de deux axes principaux à savoir : les facteurs familiaux et Environnementaux d'un côté et les facteurs personnels et professionnelles de l'autre.¹⁹

¹⁹ SOUIDI, (R) : *création d'entreprise et dynamique territoriale le cas de BOGHNI*, en vue de l'obtention de Magistère en science économique, université de Mouloud Mammeri Tizi ousou, 1997-1998, p 86-91.

2-1- L'environnement familial de l'enfance

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

Vouloir s'en sortir d'une situation de pauvreté pour d'autres les incités à créer leur propre entreprise.

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

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

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

2-2-La volonté d'autonomie et l'attitude envers l'indépendance

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

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

2-3- L'âge et l'expérience professionnelle

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

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

Ventiler la carrière de l'entrepreneur en neuf grandes catégorise l'environnement éducatif, la personnalité individuelle, l'environnement familial de l'enfance, la vie professionnelle, la formation de la personnalité de l'adulte, la vie extra-professionnelle actuelle, la mentalité individuelle actuelle et à la situation de la famille actuelle.

Pour faire une belle entreprise, il faut d'avantage qu'une bonne idée, il faut aussi un bon entrepreneur, même s'il n'en existe pas de parfait « idéal », l'entrepreneur potentiel se caractérise par certaines normes ou tendances.

2-4-L'entrepreneur et l'environnement

L'entrepreneur agit dans un environnement global, il influence d'un côté et de l'autre il est influencé par lui. Dans l'analyse de la conduite économique de l'entrepreneur et des éléments qui déclenchent l'entreprise, doit tenir compte de la subjectivité des perceptions que l'individu a de son environnement. L'individu est le produit économique, technique et culturel de milieu, les qualités de l'individu, sa formation sa trajectoire professionnelles, son réseau professionnel et relationnel dépendent du milieu socio-économique dans lequel il évolue.

Parmi les facteurs de l'environnement déclenchant la création de l'entreprise on peut citer :

2-4-1- L'exploitation des ressources existantes dans le territoire

L'entrepreneur apparaît comme un agent qui applique ses capacités à explorer les opportunités existantes dans son milieu et transforme les résultats de cette exploitation en un projet appelé au succès. Le premier facteur est donc son attachement au milieu et sa connaissance de celui-ci donc des ressources existantes. La masse d'informations dont dispose l'entrepreneur est un facteur de production et donc une ressource locale.

2-4-2- L'imitation

Les individus sont incités à l'entrepreneuriat par imitation, par désir de reconnaissance sociale ou par traditions héritées de générations antérieures.

2-4-3- L'essaimage

Comme stratégie pour bénéficier des avantages des petites structures, tel que leur flexibilité, facilité de gestion. L'essaimage renvoie à la démultiplication des entreprises dans un même secteur et avec des dimensions similaires.

2-5- L'entrepreneur fruit d'une société, d'une culture

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

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

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

H.A Simon explique que la société ne s'impose pas à lui (l'individu) de l'extérieur, elle constitue au contraire la maîtrise au sein de laquelle il vit, mûrit et agit sur l'environnement la

société qui comprend la famille sans pour autant s'y réduire fournit outre la nourriture, le foyer et la sécurité perdent l'enfance, les connaissances et les savoirs que seuls permettront à l'individu d'être un jour un adulte accompli, c'est à dire d'être socialement apte, pendant tous les étapes de sa vie elle garde une énorme capacité de renforcer ou de diminuer cette aptitude .

La propension de l'individu à créer dépend de trois éléments :²⁰

- Le profil de la trajectoire socioprofessionnelle de l'entrepreneur ;
- Les relations entretenues par l'entrepreneur avec l'environnement local ;
- L'histoire de la création de la dynamique de fonctionnement de l'entreprise .

Ainsi l'entrepreneur est une ressource typiquement territoriale au sens où il est le produit d'une combinaison locale des facteurs économiques, sociaux et culturels.

L'esprit d'entreprise est certes un attribut personnel, mais l'individu acquiert cet esprit à travers son vécu personnel et professionnel ou l'entrepreneur est un élément moteur d'un réseau dynamique. L'entrepreneur n'est ni un acteur isolé, ni un individu assisté par l'état, mais un partenaire inséré dans un milieu professionnel et porté par ce milieu. De ce fait, il est dépendant étroitement des acteurs qui l'entourent.

L'entrepreneur est un élément inséré dans une chaîne de réseaux à finalité productive, ou la proximité des acteurs jouent un rôle essentiel dans leur contact et dans le développement des relations existantes dans le milieu. Ces relations, sont d'ordre familial, social, ethnique, professionnel et autre.

2-6- L'entrepreneur et le respect des normes sociales

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

« L'égo n'accepte d'entretenir des relations commerciales qu'avec les gens à qu'il fait confiance, c'est ainsi qu'il préfère les parents au non parents, les parents proches aux parents éloignés et les membres du groupe ethniques aux étrangers : plus la distance sociale est réduite et plus on se sent en confiance et moins il en coûte de faire respecter les contrats ».

Ainsi, l'entrepreneur ne peut pas être détaché de son environnement social, c'est cet environnement qui lui fournit la confiance en lui dont il a besoin.

²⁰ SOUIDI, (R) : *Op.cit*, p 90.

Conclusion

Le rôle de l'entrepreneur comme acteur principal de la création d'entreprise a évolué avec l'évolution de la théorie économique. Grâce à différents facteurs et caractéristiques, l'entrepreneur se lance dans la création. D'un côté les caractéristiques intrinsèques à la personnalité de l'entrepreneur lui-même, son éducation, son parcours professionnel, l'envie d'autonomie et de réalisation de ses rêves, de l'autre côté le milieu dans lequel il évolue, la famille, la société avec tout ce qu'elle véhicule comme valeurs normes et règles. Les entrepreneurs différents selon leurs motivations, les conditions dans lesquelles ils évoluent et les buts qu'ils veulent atteindre par leurs actions.

Chapitre II : Les modèles d'entrepreneuriat et l'esprit entrepreneurial

Introduction

Lorsqu'on parle de création d'entreprise, il faut d'abord essayer de cerner précisément ce qu'est l'entrepreneuriat et ce qu'est l'entrepreneur. La difficulté vient pour l'essentiel de la graphie du terme entrepreneuriat et des multiples disciplines qui constituent son cadre de développement.

L'entrepreneuriat, en tant que domaine de recherche, se trouve à un carrefour. Il nous semble que le développement scientifique de ce champ ne peut se poursuivre qu'à partir d'une vision commune et d'un large accord sur un corpus de connaissances, des théories produites, des perspectives et des méthodes de recherche utilisées.

Dans ce chapitre qui sera consacré aux modèles d'entrepreneuriat et l'esprit entrepreneurial, nous allons présenter dans un premier lieu les Modèles de l'entrepreneuriat, la deuxième section sera consacrée sur les Modèles de l'intention entrepreneuriale et la conception intentionnelle de la création d'entreprise.

Section 01 : Les modèles d'entrepreneuriat

1-Les modèles d'entrepreneuriat

Nous allons essayer de chercher à mettre le lien qui existe entre les variables socio-économique, culturelles et la création de l'entreprise, en nous basant sur les principaux modèles conceptuelles qui expliquent ces phénomènes et les théories développées par les chercheurs en entrepreneuriat. Différents auteurs ont essayé de comprendre le phénomène entrepreneurial en présentant des modèles conceptuels, évoquant les facteurs pouvant expliquer ce phénomène.

1-1 Le Modèle de Shapero (1975)

Le modèle de Shapero¹ est le plus connu. Il explique l'événement entrepreneurial, c'est-à-dire les éléments explicatifs du choix de l'entrepreneuriat. L'événement entrepreneurial est le résultat de la combinaison de quatre variables :

- Les déplacements négatifs, positifs ou situation intermédiaire ;
- Les perceptions de la désirabilité de l'acte ;
- La faisabilité de l'acte en prenant en compte les facteurs issus de l'environnement culturel, économique, politique et social ;
- La propension à l'action.

1-1-1-Variable Sociologiques

Parmi ces variables on peut citer : la famille, l'entreprise, le milieu professionnel, le milieu social au sens large.

- **La famille** : Il s'agit de l'environnement familial, la famille est le premier milieu dans lequel les valeurs de l'entrepreneur éventuel sont transmises. De nombreuses études démontrent la sur-présentation des entrepreneurs qui ont un parent, tant le père que la mère, eux-mêmes entrepreneurs, comparativement à la population générale.²
- **L'entreprise** : L'existence d'entreprises encourage l'entrepreneuriat et l'essaimage est un facteur discriminant.
- **Le milieu professionnel** : Il s'agit de l'existence d'une région propice à l'entrepreneuriat. Il serait judicieux de parler des réseaux et de leur importance dans la création de l'entreprise. Selon Arocéna³ « la réussite de la création est une affaire de réseaux ».

¹ BENATA, (M) : *influence de la culture et de l'environnement sur l'intention entrepreneuriale : cas de l'Algérie*, thèse pour l'obtention du diplôme de doctorat en sciences économiques, université Abou Bekr Belkaid Tlemcen, 2014-2015, p 63.

² JP(Boissin), S (Emin) et J(Chollet) : « Mesurer l'intention entrepreneuriale des étudiants », Observatoire des pratiques pédagogiques en entrepreneuriat, 2005. Cité par BENATA, (M) : *Op cit*, p 64.

³ Bourguiba(M) : *de l'intention à l'action entrepreneuriale : approche comparative auprès de TPE françaises et tunisiennes*. , thèse de doctorat université de Nancy 2, 2007, p 64.

Chapitre II : Les modèles d'entrepreneuriat et l'esprit entrepreneurial

Selon la littérature, l'activité entrepreneuriale d'un individu est aussi fonction de l'expérience professionnelle. Cette expérience relate l'histoire entrepreneuriale de l'individu.

Traditionnellement, la plupart des entrepreneurs commencent leur carrière comme salariés. Le travail constitue souvent un lieu de rencontre essentiel entre le créateur et l'idée. Il permet d'observer et d'explorer en profondeur un secteur d'activité, un marché et un métier. L'expérience professionnelle peut donc augmenter les perceptions des aptitudes entrepreneuriales et de ce fait, contribuer éventuellement, au sien du processus entrepreneurial, à la formation de l'intention et à l'acte de création. Il se rare de voir quelqu'un touché par la grâce et trouver une idée dans un domaine qui lui est peu ou pas familier.

Les opportunités décelées sont souvent à l'actif d'un briscard doté d'une forte expérience professionnelle. La probabilité de créer une entreprise est alors plus importante lorsque les individus arrivent à maturité professionnelle.

- **Le milieu social au sens large** : Weber ⁴ évoque la religion évidence l'impact de protestantisme (*en particulier le calvinisme*) sur le développement du capitalisme. De même le milieu social peut être plus au moins favorable à la création d'entreprise. En outre, il a été remarqué que les personnes les plus brillantes sur le plan scolaire ont tendance à se diriger vers la fonction publique, réputée plus sécurisante, plutôt que de créer leur propre entreprise.

1-1-2-Variables économiques

Parmi ces variables on peut citer : capital, main d'œuvre, encadrement compétent, accessibilité au marché. La faisabilité de l'acte dépend de six types des ressources, appelées les 6 M diagramme d'Ishikawa (Money, Men, Machines, Matérielles, Marketta, Management)⁵. Ce sont les ressource auxquelles doit accéder l'entrepreneur afin de créer son entreprise parmi ces ressources Shapero a pris en compte les suivantes :

- **Capital** : La disposition d'un capital financier de départ encourage l'entrepreneuriat. Ainsi un entrepreneur ne disposant pas des moyens financiers nécessaires rencontrera plusieurs difficultés ;
- **Main d'œuvre** : La présence d'une main d'œuvre qualifiée dans la zone d'implantation favorise l'entrepreneuriat ;

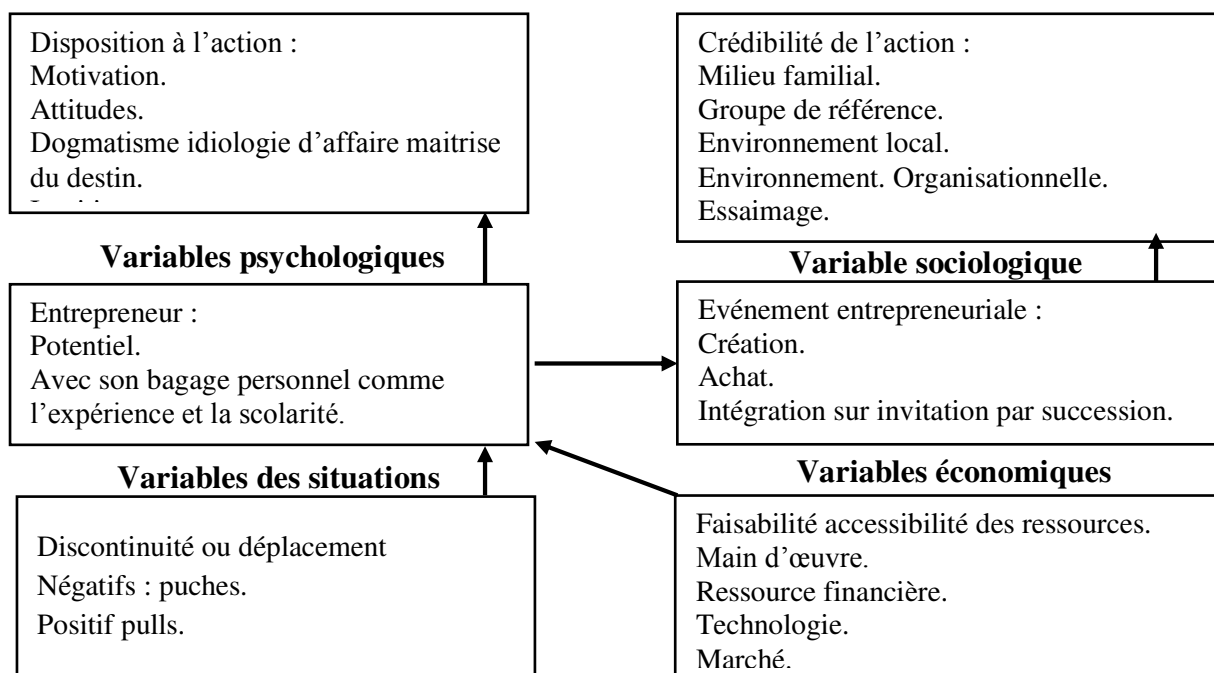
⁴ MAX, (W):*The Protestant Ethic and the spirit of capitalism*, New York, Scribner, 1930 Cité par B.Diakité (2004) Opcit p.83.

⁵ MAX, (W) dans MRP : *Diagramme causes-effet*, 1930, p.4.cité par BENATA, (M) : *influence de la culture et de l'environnement sur l'intention entrepreneuriale : cas de l'Algérie*, thèse pour l'obtention du diplôme de doctorat en sciences économiques, université Abou Bekr Belkaid Tlemcen, 2014-2015, p65.

Chapitre II : Les modèles d'entrepreneuriat et l'esprit entrepreneurial

- **Encadrement compétent** : Les petites entreprises trouvent des difficultés à embaucher des cadres compétents vu qu'elles ne peuvent pas leur offrir les mêmes avantages financiers que les grandes entreprises ;
- **Accessibilité au marché** : L'existence de marché ouvert influence positivement la création d'entreprise. Cependant, il existe des marchés ouverts mais encombrés, d'autres sont fermés ou très réglementés, L'implantation d'une nouvelle entreprise y est quasiment impossible. La mondialisation des marchés est ainsi évoqués par Julien et Marchesnay⁶ comme variable engageant la création d'entreprise. Ce modèle de Shapero a été critiqué, notamment par Belley⁷ qui estime que la notion d'opportunité doit être insérée. En effet la plupart des chercheurs partants de l'hypothèse que l'opportunité déjà acquise. Les autres ne la mentionnent même pas. Belley en 1989, a amélioré le modèle de Shapero en y intégrant cette variable "d'opportunité" qui peut être de trois origines :⁸
 - Liée à l'expérience de l'entrepreneur ;
 - Liée à quelques circonstances, rencontre avec un investisseur par exemple ;
 - Recherche d'opportunité avec brainstorming par exemple.

Figure N°1: Modèle l'événement entrepreneurial shapero 1975



Source : Etabli à partir des auteurs Colot.o, Comblé.K, Ladhari Centre de Recherche Warocqué, 2007, *thèse de doctorat : influence de la culture et de l'environnement sur l'intention entrepreneuriale : cas de l'Algérie*, p67 .

⁶ P.A Julien et M Marchesnay : « L'entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996, p 65.

⁷ A. Belley : « les premiers incubateurs de l'entrepreneurship », Montréal : Fondation de l'entrepreneurship, 1987. Cité par BENATA, (M) : op. Cite, p.66.

⁸ *Ibid*, p66.

Chapitre II : Les modèles d'entrepreneuriat et l'esprit entrepreneurial

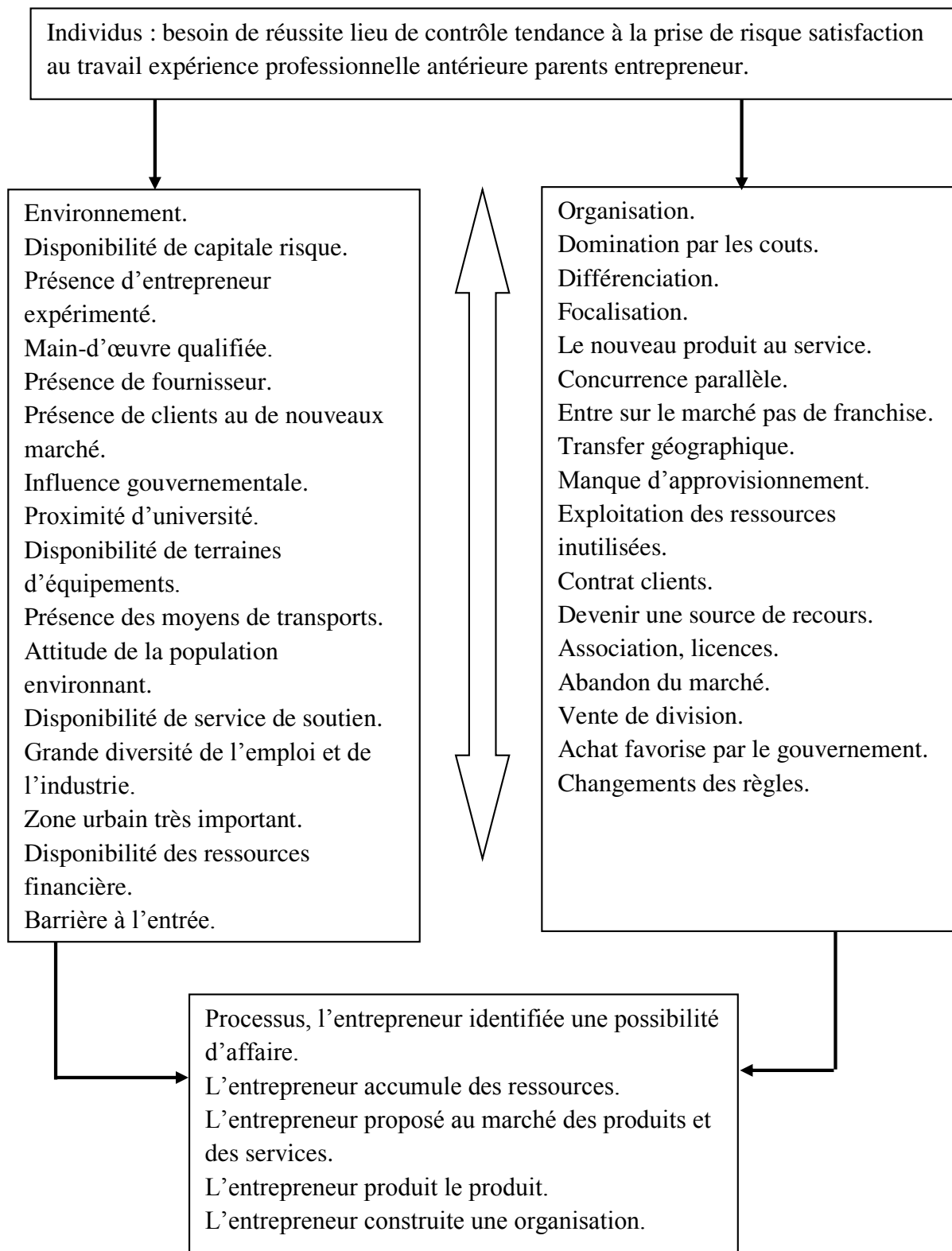
Pour Shapero, la création d'entreprise est un phénomène multidimensionnel, il faut prendre en compte en plus des caractéristiques psychologiques du créateur, un certain nombre des facteurs contextuels. Pour cet auteur, ils sont de trois ordres, la discontinuité ou déplacement variable de situation, la crédibilité de l'acte, variable sociologique et enfin la faisabilité de l'acte, variable économique.

1-2- Modèle de Gartner 1985

Ce modèle d'entrepreneuriat s'inscrit dans le cadre de la théorie de contingence. En effet, les entrepreneurs et leurs entreprises sont différents, ainsi que l'environnement dans lequel baignent chacun est donc unique. En ce qui concerne la création de l'entreprise, Gartner⁹ a mis en œuvre un modèle multidimensionnel, qui comporte 53 variables individuelles, 22 variables environnementales, 06 variables de processus et 17 variables organisationnelles.

⁹W.B.Gartner "A Conceptual frame Work for describing the phenomenon of new venture creation". Academy of Management Review 1985. Cite par BENATA, (M): op.cit, p67.

Figure N°2 : Modèle multidimensionnel de Gartner 1985



Source : Colot O, comblé K, Ladhari.j centre de recherche warocqué Working paper « influence des facteurs socio-économiques et culturels sur l'entrepreneuriat », thèse de doctorat : influence de la culture et de l'environnement sur l'intention entrepreneuriale : cas de l'Algérie, p68.

Chapitre II : Les modèles d'entrepreneuriat et l'esprit entrepreneurial

Cette figure montre que le modèle de Gartner s'inscrit dans la théorie de contingence qui explique les variables qui aident à la création de l'entreprise à savoir les variables environnementaux, les variables sociologiques et enfin les variables organisationnel.

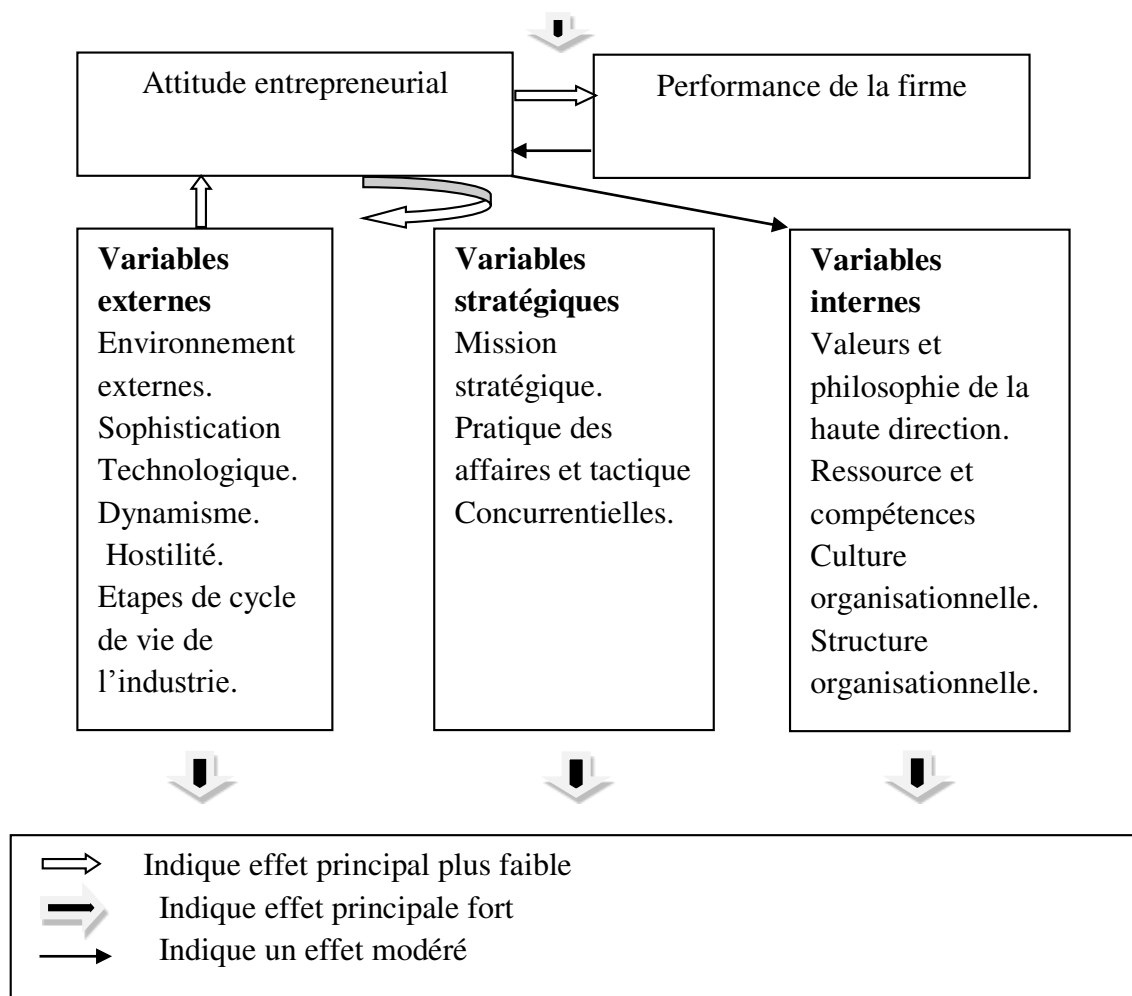
Gartner proposé un modèle dont le grand nombre de variables montre très clairement la multi-dimensionnalité du phénomène entrepreneurial. Ces variables sont réparties en quatre grandes catégories :

- **Individuelles** : Besoin de réussite, lieu de contrôle, tendance à la prise de risques, satisfaction au travail, expérience professionnelles antérieurs, parents entrepreneurs, âge, éducation.
- **Environnementales**: Disponibilité de capitale risque, présence d'entrepreneurs expérimentés, main d'œuvre qualifiée, présence des fournisseurs, présence des clients ou de terrain et d'équipements, présence de moyen de transport, attitude de la population environnante, disponibilité de service de soutien, condition de vie, grande diversité de l'emploi et de l'industrie, pourcentage élevé d'immigrants récents dans la population important base industrie, zone urbaine plus important disponibilité de ressources financières, barrière à l'entrée, rivalité entre les concurrents existants, pression des produits de substitution, pouvoir de négociation des acheteurs, pouvoirs de négociation des fournisseur.
- **Organisationnelles** : domination par les couts, différenciation, focalisation par la franchise transfert géographiques, manque d'approvisionnement, exploitation des ressources inutilisées contrats clients, devenir une source de recours, association, licences, abandon d'un marché, vente de division, achat favorise par le gouvernement, changement des règles administratives.
- **Processuelles** : L'entrepreneur identifie une possibilité d'affaire, l'entrepreneur accumule des ressources, l'entrepreneur propose au marché des produits et des services, l'entrepreneur produit le produit, l'entrepreneur construit une organisation, l'entrepreneur répond au gouvernement et à la société.

1-3- Le Modèle de Cauvin et Slevin (1991)

Ce modèle présente l'entrepreneuriat comme un comportement organisationnel.

Figure N°3 : Modèle conceptuel d'entrepreneuriat comme comportement d'entreprise



Source: covin et selvin : A conceptual model of entrepreneurship as firms behavior, entrepreneurship theory and practice, 1991, thèse de doctorat : influence de la culture et de l'environnement sur l'intention entrepreneuriale : cas de l'Algérie, p 70.

Cette figure recense un véritable modèle conceptuel d'entrepreneuriat élaborer par (Covin et Slevin, 1991). Les auteurs approfondissent et explicitent donc l'approche de l'entrepreneuriat (*organisationnels ou individuels*) et non les comportements effectifs, et les attitudes entrepreneuriales, manifestés par des actions observables et ce comportement par légitimement être mesuré puisqu'il est visible et manifesté par des actions observables.

Enfin Jeffrey G, Covin et Dennis P, Selevin se sont intéressés sur le comportement entrepreneurial d'une organisation existante et ils proposent un modèle conceptuel d'entrepreneuriat comme phénomène d'origine organisationnelle. Selon ces auteurs le comportement de la firme est l'élément central et primordial du processus entrepreneurial. Ce modèle met l'accent sur les origines et les conséquences d'une attitude entrepreneuriale, ainsi que les variables qui influent sur les relations entre l'attitude entrepreneuriale et les

Chapitre II : Les modèles d'entrepreneuriat et l'esprit entrepreneurial

performances de la firme, ce modèle présentant l'entrepreneuriat comme un comportement organisationnel a plusieurs conséquences :¹⁰

- On peut parler de comportement entrepreneurial pour une organisation comme pour un individu limiter l'étude de l'entrepreneuriat aux seuls individus est donc une limitation injuste ;
- Le comportement entrepreneurial peut être partie intégrante des activités de l'organisation. L'attitude entrepreneuriale devient ainsi une dimension stratégique de la firme ;
- Si cette attitude est un phénomène comportemental cela veut dire qu'elle peut être gérés, favorisée ou contrariée (*une attitude entrepreneuriale n'étant pas toujours souhaitable pour une entreprise*) ;
- Cette attitude affecte et est affecté par les composantes de l'organisation.

Il faut donc tenir compte de la structure organisationnelle, de la culture de l'entreprise, de ses ressources de ses compétences qui indirectement encourager ou au contraire gêner le comportement entrepreneurial de la firme.

Chang s'est inspiré de ce modèle pour construire un modèle conceptuel de l'entrepreneuriat corporatif. En effet, l'entrepreneuriat selon Chang est le résultat de " l'intrapreneurship" ou de "l'exopreneurship" ou les deux au même temps. Les variables externes reprises par l'auteur incluent l'environnement externe, de cycle de vie et les interventions gouvernementales.¹¹

1-4- Modèle de Hayton, George et Zahra (2002)

Il nous paraît également intéressant de présenter le modèle conceptuel développé par, Hayton, George et Zahra¹², qui s'inspire des travaux empiriques recensée sur la relation entre la culture nationale s'exprimerait sous quatre formes de manifestation, les besoins et les motivations de l'entrepreneur, ses croyances et compétences, sa cognition et les valeurs culturelles (*individuelles et collectives*).

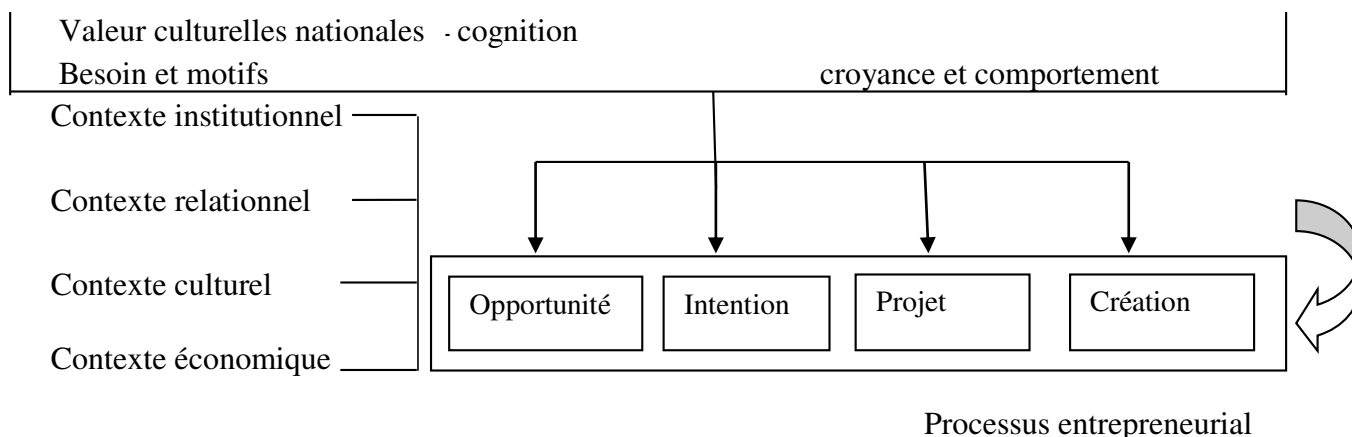
La culture serait une variable modératrice de la relation entre les facteurs contextuels (*institutionnels et économique*) et l'entrepreneuriat. Ce modèle présente ainsi une vue d'ensemble de la relation entre les valeurs culturelles le contexte national (*qu'il soit économique relationnel ou culturel*) et le comportement entrepreneurial.

¹⁰ BENATA, (M): *Op.cit*, p71.

¹¹ J.Chang (2000) "model of corporate entrepreneurship: intrapreneurship, exopreneurship" International Journal of entrepreneurship Vol 4 p.69-104. Cité par Colot, K.Comblé et J.Ladhari. (2007) op cite p.6.

¹² BENATA, (M): *Op.cit*, p72.

Figure N°4 : Modèle d'association culture et processus entrepreneurial



Source : Modèle d'association culture et processus entrepreneurial adapté de Hayton, George et Zahra, 2002, thèse de doctorat : influence de la culture et de l'environnement sur l'intention entrepreneuriale : cas de l'Algérie, p 72.

Cette figure résume le modèle d'entrepreneuriat s'inscrit dans le cadre de la théorie de la contingence développé par Hayton et Zahra qui ont essayé d'expliquer la culture, les besoins et les croyances et ces compétences et la relation entre l'entrepreneur et son comportement et le contexte national.

Section 02 : Les Modèles d'intention et la conception intentionnelle de la création d'entreprise

1-Définition des concepts

1-1- Définition de l'intention

Ajzen, Bird et Jelink définissent le concept comme un état d'esprit dirigeant l'attention, l'expérience et l'action vers un but spécifique et un processus pour l'atteindre. Les intentions des entrepreneurs tendent à être dirigées vers des buts qui sont des fins désirées plutôt que vers des moyens destinés à atteindre ces buts. Cependant, les moyens comme les fins peuvent être intentionnels.¹³

D'après Robert, l'intention se définit comme le fait de proposer un certain but ou des résultats de l'action envisagée. En effet, les intentions renvoient à un état mental dirigé vers l'action par la définition d'un but. Elle traduit une véritable motivation à l'action, une tension psychologie orienté vers l'action. L'intention est le mouvement par lequel l'esprit tend vers l'objet qu'il s'est intériorisé. Elle est l'action de tendre vers un but.¹⁴

¹³ Fayolle, Alain et Jean(M) : Degeorge, 2012, *Op cit*, p215.

¹⁴ ABIDAT, (N) : *l'intention de l'entrepreneuriat féminin, cas des étudiantes de fin de cycle de l'université de Bejaia*, Mémoire de Master II, Juin 2014, p 200.

L'intention correspond à la disponibilité d'une personne à adopter un certain comportement. L'intention suppose de prendre en compte les différents facteurs motivationnels qui influencent le comportement ; c'est un indicateur de la disposition d'un individu à essayer de réaliser un acte. L'intention reflète aussi bien le désir d'agir que la croyance selon laquelle on va agir.

1-2- L'intention entrepreneuriale

Parler d'intention est une tâche difficile car le terme est défini comme un concept complexe dans lequel se regroupent les termes tels que goal, opérative intention, behavioral intention. Il n'existe pas de définition commune à tous. De ce fait, il n'est pas facile de donner une définition unique du concept compte tenu du fait qu'il y a autant de définitions que d'auteurs. Certains parlent de jugement, d'autres de volonté ou d'état de pensée, tandis que d'autres mettent l'accent sur son contenu. Cependant un point fait l'unanimité : l'intention se situe dans l'esprit de la personne qui la développe, elle est reliée au passage à l'acte. Etymologiquement, le terme vient du verbe latin « *intendere* » qui signifie « *tendre vers* ». Le mot « *intention* » signifie donc, littéralement, action de « *tendre vers quelque chose* ». Cette acception est partagée par Boutinet, pour qui l'intention est le mouvement par lequel l'esprit tend vers l'objet qu'il s'est intériorisé.¹⁵

1-3- Une autre définition de l'intention entrepreneuriale

L'intention entrepreneurial est prédire, bien qu'imparfaitement, le choix des individus de fonder leurs propres entreprises, en effet, la décision de démarrer une nouvelle entreprise suppose qu'elle soit planifiée par un homme ou une femme depuis un certain temps et donc qu'elle soit précédée d'une intention raisonnée de le faire, cependant dans certains cas cette intention ne se forme que peu de temps avant la décision réelle et dans d'autres cas, l'intention ne mène jamais à un comportement réel de création d'entreprise.¹⁶

2- Les Modèles fondateurs de l'approche fondée sur les intentions

2-1- L'approche de la psychologie sociale

2-1-1- La Théorie de l'action raisonnée

La théorie de l'action raisonnée (TAR) a pour but de prédiction et la compréhension sociaux volontaires. La théorie postule que le comportement est déterminé par l'intention d'exécution de ce comportement. Dans la TAR, l'intention est déterminée par l'attitude d'une personne à l'égard du comportement et l'impotence qu'elle accorde à l'opinion et aux réactions

¹⁵ MAACHO, (T) : *l'intention entrepreneuriale des étudiants : Etude empirique, cas de l'université de Saida*, Mémoire de Master académique en sciences économiques, option Management des projets, 2014-2015, p19.

¹⁶ <https://www.wikiberale.org/wiki,17/07/2019,15:15h>.

Chapitre II : Les modèles d'entrepreneuriat et l'esprit entrepreneurial

de son entourage proche quant à l'adoption du dit comportement. Fishbein et Ajzen¹⁷. Disent, "l'une des principales caractéristiques qui distingue l'attitude des autres concepts est sa nature affective ou évaluative". Fishbein et Ajzen¹⁸ définissent l'attitude comme la disposition d'un individu à réagir de façon plus ou moins positive ou négative à un objet, un personne, une situation ou un événement dans cette conception l'attitude vis-à-vis du comportement est donc déterminé par les croyances comportementales. Qui représentent pour la personne les conséquences de l'action. Ajzen définit la croyance comme la probabilité subjective que l'objet ait un certain attribut.¹⁹

Lorsque l'objet d'attitude est un comportement, l'attribut se réfère aux conséquences de l'accomplissement du comportement. L'attitude en vers le comportement est déterminé par les croyances comportementales représentant les conséquences ou résultat attendus de l'action Broonen.²⁰ Selon cialdini, Reno et Callgren²¹ et Bettenhausen et Murnighan²², la norme subjective est fonction de ce que la plupart des gens font dans une situation donnée.

C'est ainsi que l'accomplissement ou non du comportement se combine à la motivation de se conformer à l'opinion des autres ou à la force des croyances normatives. Si l'individu perçoit une pression ou a le sentiment que les personnes importantes à ses yeux approuvent ou désapprouvant le comportement auquel il aspire, il sera plus (*ou moins*) enclin à effectuer.

2-1-2- La théorie du comportement planifié

La théorie du comportement planifié d'Ajzen²³ est une extension de la théorie de l'action raisonnée, dans laquelle une variable complémentaire a été ajoutée : le contrôle comportemental perçu. La théorie du comportement planifié confère à l'intention de l'individu la place centrale de la genèse du comportement. Selon cette théorie, tout comportement qui nécessite une certaine planification (tel que la création d'une entreprise) peut être prédit par l'intention d'avoir ce comportement.

¹⁷ Fishbein et Ajzen, *Op.cit* p.77.

¹⁸ *Ibid*, p.77.

¹⁹ Ajzen, I, attitudes, personality and Behavior 2e. Mcgraw-Hill International. Cite par p.Barua(2013,p.56) an "*the Moderating Role of perceived Behavioral Control: The Literature Criticism and Methodological Considerations*" international journal of Business social Science vol.4 No.10(Special Issue –August 2013).

²⁰ Broonen, J.-P, Motivation, volition et performances universitaires chez des étudiants de 1^{ère} année en sciences psychologiques et de l'éducation. In Innovation, formation et recherche en pédagogie universitaire (actes de XXIIIe Congrès de l'AIPU de Monastir, 15-18 Mai 2006).

²¹ R.B, Cialdini R.R Reno & Kallgren, C.A (1990). A focus theory of normative conduct: Recyclingy the concept of norms to reduce littering in public places. Journal of Personality and social Psychology, 58, 1015-1026. Cité par G .Croy, p.Gerrans ET C. Speelman (2010, p.7).

²² Bettenhausen, K.L. & Murnighan, J.K. « Five years of group research: What we have learned and what needs to be addressed, » Journal of management, 17, (1991), 345-381. Cité par S.Taggar, K. Morouney ET R. Ellis (2005, p.129).An « *THE IMPACT OF NORMS AND METANORMS ON TEAM COMMUNICATION BEHAVIOUR* » ASAC 2005 Toronto, (Ontario), p 97.

²³ Ajzen, *Op.cit* p.273-277.

L'intérêt de cette théorie est de proposer un modèle théorique utilisable dans toutes les situations où le comportement est intentionnel puisqu'elle ne repose pas sur les variables externes comme déterminants immédiats du comportement.²⁴

Selon la théorie du comportement planifié, l'intention est le résultat de trois déterminants conceptuels :

- L'attitude vis-à-vis du comportement ;
- Les normes sociales perçues ;
- Le contrôle comportemental perçu.

Le comportement est déterminé par l'intention et par le contrôle comportemental perçu.

2-1-2-1- L'attitude vis-à-vis du comportement

L'attitude vis-à-vis du comportement désigne le degré d'évaluation favorable ou défavorable qu'une personne a du comportement concerné. Cette variable représente l'attractivité du comportement²⁵. Par exemple l'attitude envers le risque, de même l'attitude envers le succès et l'échec de création de l'entreprise favorise ou défavorise la décision de créer une entreprise chez un individu.

2-1-2-2 -Les normes sociales perçues

Elle désigne les pressions sociales perçues pour réaliser ou ne pas réaliser un comportement. En d'autres termes, la norme sociale perçue correspond à la perception de l'individu de la pression sociale, qui concerne ce que les personnes proches, la famille et les ami(e)s pensent de ce qu'il voudrait entreprendre.

Les attitudes vis-à-vis du comportement ainsi que la norme sociale perçue renvoient au concept de désirabilité proposé par Shapero, Sokol et Fayolle.²⁶

2-1-2-3 -Le contrôle comportemental perçu

Le contrôle comportemental perçu correspond à la facilité ou la difficulté perçue pour réaliser un comportement.

Entre autre, il renvoie à la perception qu'une personne a, de la faisabilité personnelle et du concept de faisabilité de Shapero et Sokol.

L'idée principale qui découle de la théorie du comportement planifié se résume ainsi : les individus ne seront pas susceptibles de développer une forte intention d'agir et de se

²⁴ S. Emin, *Op.cit*, p78.

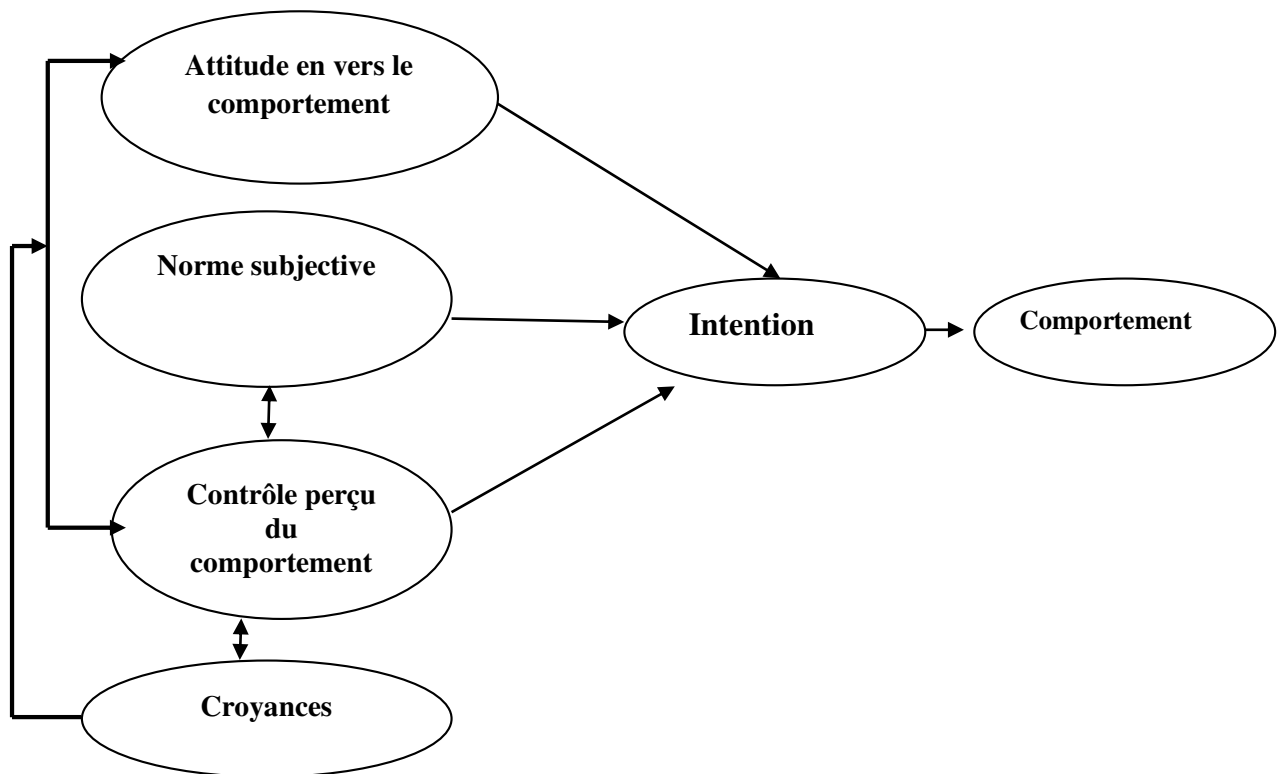
²⁵ J-P.Boissin, B.Chollet et S.Emin, « *Le faible attrait des étudiants pour l'entrepreneuriat- Eléments d'analyse pour l'action* », conférence de l'association Internationale de management stratégique, 8 juin 2005 Angers, France.

²⁶ A.Fayolle, évaluation of entrepreneurship education: behavioral performing or intention increasing? *Int. Entrepreneurship and Small Business* 2(1), p.p 89-98.

Chapitre II : Les modèles d'entrepreneuriat et l'esprit entrepreneurial

comporter d'une certaine façon s'ils croient ne pas avoir les ressources nécessaires ou les opportunités pour y arriver, et ce même s'ils possèdent des attitudes favorables en vers le comportement en question et s'ils estiment que les membres de leur entourage approuveraient le comportement (normes subjective). La figure ci-dessous illustre clairement le contenu de ce modèle.

Figure N°5 : Théorie du comportement planifié



Source : Bourguiba, (M), Thèse de doctorat : « *de l'intention à l'action entrepreneuriale : approche comparative auprès des TPE Françaises et Tunisiennes* », 2007, p182.

Cette théorie est une extension de la théorie de l'action raisonnée en ajoutant une variable qui est le contrôle. L'intérêt de cette théorie est de proposer un modèle théorique utilisable. L'intention est le résultat de trois déterminants conceptuels : l'attitude, les normes, et le contrôle. On peut constater dans la figure ci-dessus. Que les trois variables explicatives de l'intention sont corrélées.

Elles se rapportent, directement ou indirectement à deux aspects indissociables de la pensée humaine (*affectif, attitude et normes subjectives, et raisonné, contrôle perçu*).

En fusionnant leurs effets, elles conduisent à l'émergence d'une forme d'intention. Plus la norme subjective, l'attitude et le contrôle perçu sont favorables, plus l'intention d'accomplir le comportement envisagé sera forte.

L'importance de la théorie du comportement planifié réside, notamment, dans la proposition d'un modèle théorique utilisable dans tous les où le comportement est intentionnel.

En effet, la théorie du comportement planifié a été employée avec succès dans plusieurs études relevant de différents domaines²⁷. Ayant fait ses preuves dans la prédiction de nombreux comportements (*tels que la perte de poids, l'arrêt de la cigarette, les choix électoraux et de loisir, l'adoption des nouvelles technologies, le choix de carrière...*) elle a également été utilisée dans d'autres disciplines et notamment dans la gestion (*effets de l'adoption d'une nouvelle technologie sur la performance, comportement de consommateur, création d'entreprise*).

3- Les Modèles entrepreneuriaux reposant sur une conception intentionnelle de la création d'entreprise

3-1- La Théorie de la formation de l'événement entrepreneurial

3-1-1- Modèle de Shapero et Sokol(1982)

Les deux auteurs ont modélisé la formation de l'événement entrepreneurial en recensant trois groupes de facteurs, les «*déplacements négatifs*», tels que licenciement, émigration, insatisfaction au travail". Les «*déplacements positifs* » («*positive pull*» : *famille, consommateur*) et les "situations intermédiaires" («*Betweenthings*» : *sortie de l'armée, de l'école, de prison*) sont des événements qui marquent des changements dans les trajectoires de vie des individus et sont à la base du déclenchement de l'événement entrepreneurial.

Les "déplacements positifs" et les "situations intermédiaires" influencent le système de valeurs des individus et par là même, leurs perceptions de désirabilité.

3-1-2- Modèle de Krueger (1993)

KRUEGER²⁸, propose une reformulation des apports de Shapiro et Sokol avec une réintégration plus concrète du concept de l'intention entrepreneuriale. Pour qu'un individu initie un changement d'orientation important dans sa vie, tel que la décision de démarrer sa propre entreprise, un événement doit venir rompre la routine établie.

Cependant, comme le précisent Krueger et Brazael, l'individu saisit l'opportunité de partir en affaire, s'il exprime une tendance initiale, une attitude favorable à l'égard de la création d'entreprise. En ce sens, l'auteur base sa réflexion sur le concept de «*crédibilité* » de l'action, à travers lequel, il fait référence aux intentions entrepreneuriales. En effet, si le créateur perçoit

²⁷ Budd R.J. (1986), Predicting cigarette use: the need incorporate measures of salience in the theory of reasoned action, *Journal of Applied Social Psychology*, 16, 8,663-685. Cité par E. Bressoud (2001, pp.24-25).

²⁸ Krueger, N.F (1993):*The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability, Entrepreneurship Theory & Practice*, p.5-21. Cité par A.MD Rasli, S.R.Khan, S.Malekifar et S.Jabeen (2013) op cite p.146.

Chapitre II : Les modèles d'entrepreneuriat et l'esprit entrepreneurial

l'action comme crédible, il sera incité à se lancer réellement dans une expérience entrepreneuriale.

3-1-3- Modèle de Kovin et Learned (1992)

Kovin et Learned²⁹ présente un modèle processuel aboutissant à la création d'organisation. Ce dernier a pour objectif de permettre la diversité des aspects que revêt le phénomène de création d'entreprise au lieu de se limiter à une seule particularité. Il admet quatre dimensions du processus de création qui aboutissent in fine à la décision de créer ou non une organisation :

→ La propension à créer : certains individus ont une combinaison de caractéristiques psychologiques et un passé professionnel qui les rendent plus difficiles de créer une affaire que d'autres.

→ L'intention de créer : parmi ceux-ci certains rencontrent des situations qui déclenchent l'intention de créer.

→ La structure des informations : cette étape consiste à rechercher dans l'environnement les informations significatives, et à en déduire les tâches à exécuter pour créer l'organisation.

→ La décision de la personne manifestant une intention de créer peut être prise en fonction de l'affirmation ou non des informations accumulées.

En effet, les individus peuvent manifester une propension à la création d'entreprise. Celle-ci est la combinaison entre des traits de personnalités, de la formation et des expériences.

Toutefois, la décision prise en temps réel résulte de l'interaction entre ce potentiel et la situation.³⁰

Changements selon des articulations individuelles pour certains, la situation peut être un événement déclencheur qui les pousse en précipitant leurs propensions. Pour d'autres, elle peut se prouver par l'accumulation de différents effets situationnels pendant le temps, et à l'instar desquels un processus de prise de sens prend source. En retenant les informations de l'environnement extérieur, l'individu choisit celles qui sont ambiguës.

Une intention de création prend naissance et implique, par la suite, une décision de créer ou non une organisation.

²⁹ K.E Learned: *What happened before the organization. A model of organization formation entrepreneurship: theory and practice*, 1992, p48. M.Diop (2012) op cite p.73.

³⁰ BIRD: *Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. Academy of management Review*, 1988, 13/3,442-453.p.M.Diop (2012) Op;cit p.78.

Conclusion

L'intention de la création occupe une place centrale dans le processus d'émergence entrepreneuriale. Elle réfère à différentes logiques permettant la concrétisation de la décision et son aboutissement en acte de création d'entreprise.

La revue des théories, sur le comportement intentionnel de création d'entreprise, a permis de comprendre le fonctionnement et l'agencement des variables expliquant l'intention entrepreneuriale. Toutefois, même si l'apport théorique des différentes études est confirmé force est de remarquer que la plupart des modèles aspirent à une uniformisation de la construction de l'intention entrepreneuriale.

Introduction

Le tourisme constitue un élément essentiel dans la constitution du PIB et pour la création d'emplois il contribue à l'augmentation des salaires favorise l'épargne attire les investissements et les transferts de la technologie.

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

L'acte d'investir est avant tout un choix et une décision d'entreprendre souvent influencée par des facteurs environnementaux c'est à dire des facteurs ayant un rapport avec le vécu familial professionnel de l'entrepreneur tels que les aides divers dont il bénéficie qu'elles soient financières matérielles ou psychologiques.

Dans ce chapitre qui sera consacré sur l'entrepreneuriat et investissement touristique en Algérie, nous allons présenter dans un premier lieu un aperçu sur l'entrepreneuriat en Algérie, la deuxième section sera consacrée sur l'investissement touristique en Algérie.

Section 1 : Aperçue sur l'entrepreneuriat en Algérie

1-Historique et Évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

1-1- L'entrepreneur de l'Algérie indépendante (*les décennies 60 à 70*)

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

L'État comme instrument de réalisation et de réussite du projet du développement économique et social se voit confier trois fonctions essentielles¹ : une fonction économique en tant que 'grand entrepreneur' devant mettre en place et conduire une économie étatique moderne ; une fonction sociale redistributrice faisant de lui un État-providence et enfin une fonction de socialisation et de disciplinarisation du citoyen et de la société. Pendant toute la période (1962-1989) une rapide revue de l'histoire économique et politique, nous rappelle un système politique basé sur un parti unique et un modèle économique centralement dirigé. L'État a été pendant plus de 30 ans le principal entrepreneur et employeur, il s'impose ainsi comme propriétaire du patrimoine des entreprises et responsable de leur création, mais aussi de leur gestion.

Pour assurer son contrôle sur la gestion de ses entreprises, l'état a mis en œuvre des dispositifs multiples. Il assume également les résultats de leur gestion comme on peut l'observer à travers les nombreuses opérations répétées d'assainissement financier prises en charge par le trésor public durant cette période et destinées à rétablir les équilibres financiers de ces entités en déficit chronique. L'entrepreneur privé de son côté était vu comme 'un profiteur' et était accusé d'appartenir à une classe de bourgeoisie exploiteuse (*charte nationale de 1976*).

Pour lutter contre toute forme d'exploitation, l'état algérien a limité le champ de l'entrepreneuriat privé. Les entrepreneurs ne doivent investir que dans des activités complétant celles des grandes entreprises d'État. La taille de leur affaire ne doit pas dépasser le seuil d'une entreprise moyenne. Il est évident de signaler que l'entrepreneur, même s'il n'a pas été écarté de l'activité économique durant cette période, était encadré par un environnement spécifique : marché non concurrentiel, prix fixés administrativement, monopole d'État, bureaucratie

¹ ABDLFETAH, (s) et ABERBOUR, (K) : *Les déterminants de l'intention entrepreneurial chez les étudiants : cas des étudiants de l'université de Bejaia*, Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme de Master en sciences économiques, université Abderrahmane Mira, Bejaia, 2013-2014 p33.

Chapitre III : Entrepreneuriat et Investissement Touristique en Algérie

(*bancaire et administrative*) pesante et corruption touchant les différentes sphères de l'économie.²

1-2- Les décennies 80-90 : L'essor de l'entreprise privée

Au Début des années 80, le processus de désengagement de l'état a ouvert la porte à l'émergence et au renforcement du secteur privé qui jusque-là était principalement concentré dans trois branches ³: l'industrie alimentaire, le textile et les matériaux de construction. La loi N°82-11 du 21 Août 1982 relative à l'encouragement et à l'investissement privatif vise à insérer davantage le secteur privé dans le système de planification nationale et lui faciliter notamment l'accès au crédit et aux importations. Toutefois, vu les événements environnementaux internes et externes, l'Algérie a brusquement rompu avec son système économique ; elle se lance, à la fin des années 1980, dans la mise en place d'une nouvelle organisation axée sur le marché. Là il y a lieu de s'interroger sur la nouvelle vision de l'entrepreneuriat algérienne.

1-3- L'entrepreneur de l'Algérie en transition vers l'économie de marché

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

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

L'État vise l'entrepreneur comme acteur principal du développement économique de la nouvelle orientation. Désormais, l'entrepreneur est mis au centre de la réflexion pour

² MELBOCI. (L) : *le capital social et le comportement innovateur de l'entrepreneur algérien*, communication au colloque international sur l'entrepreneuriat et la PME, Belgique, octobre, 2008, p 33.

³ ABDLFETAH, (s) et ABERBOUR, (K) : *Op.cit*, p 34.

Chapitre III : Entrepreneuriat et Investissement Touristique en Algérie

l'élaboration des politiques de développement. Plusieurs institutions ont vu le jour rien que pour aider l'entrepreneur à créer et accroître son affaire. À titre d'exemple, l'État a adopté en 2003 une action pour promouvoir et relancer le secteur de l'artisanat.

Dans cette phase de transition, l'État algérienne continue d'assurer un rôle incitatif par l'intermédiaire de l'agence de promotion et de soutien à l'investissement (APSI) qui, grâce aux différents avantages fiscaux qu'elle accorde aux nouveaux entrepreneurs, a entraîné un mouvement important de création de petite et moyenne entreprise. Avec la montée du chômage plus récemment surtout les jeunes moins de 30 ans (qui représentent près de 70 % de la population) a suscité la création d'aides financières incitatives à la création d'entreprises développées en leur direction telle que l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ). Il reste à signaler qu'il existe un décalage entre les textes et lois réglementaires encourageant la liberté d'entreprendre et leur mise en œuvre.

1-4- Les facteurs explicatifs de la privatisation en Algérie

Les réformes n'ont pas eu un impact concret sur le comportement des entreprises publiques, mais suite à une combinaison de nombreux facteurs et aux encouragements de la FMI et la banque mondiale, à partir de la fin des années quatre-vingt, l'état décide d'introduire des réformes structurelles de son économie et adopter le principe de la privatisation.⁴

Parmi les facteurs explicatifs de l'adoption de ce principe : L'inefficacité décevante d'un important secteur public qui a coûté des dizaines de milliards de dinars, sur laquelle toute la stratégie nationale du développement économique et social a été bâtie⁵. Le choc pétrolier de 1986 qui représente la principale source de financement extérieur de l'industrialisation. La crise de l'endettement qui a consacré la faillite du système. Le courant libéral avec sa conception du rôle économique de l'état ; La croissance démographique très élevée ; il ne fut plus possible à l'état de satisfaire les nouvelles aspirations d'une jeunesse de plus en plus critique à l'égard du pouvoir.⁶

2- Typologie et caractéristiques de l'entrepreneur algérien

L'enquête menée par 'Anne Gillet' et 'Mohamed Madaoui' en Algérie a pour but de connaître les conditions de l'entrepreneur en Algérie, ses trajectoires socioprofessionnelles, ses capacités de création, sa dynamique d'évolution, ses ressources et ses contraintes qui sont étroitement articulées aux modèles de développement de la société, pour Anne Gillet, 'la société

⁴ ABDLFETAH, (s) et ABERBOUR, (K) *Op.cit*, p 35.

⁵ *Ibid*, p 35.

⁶ SADI, (N-E), « *la privatisation des entreprises publiques en Algérie* », Ed OPU, Algérie, 2005, P 24.

Chapitre III : Entrepreneuriat et Investissement Touristique en Algérie

entreprise et entrepreneur s'influencent mutuellement et forment un système aboutissant à un type spécifique de processus entrepreneurial.⁷

Après les diverses mutations qu'a connues l'entreprise algérienne spécifiquement celle de libération de l'économie en 1990 déclenche un important mouvement de création de PME où l'entrepreneur en Algérie a changé de conception, cela après avoir été le chef dans la grande entreprise publique.⁸

Anne Gillet, présume deux types d'entrepreneurs 'Nouveaux' et 'Anciens' où le niveau de la formation initiale est élevé chez le nouveau, les entrepreneurs ayant eu un parcours de cadre d'entreprise dans le secteur public, avec pour la plupart une formation égale ou supérieure au baccalauréat dans des secteurs techniques. Les jeunes entrepreneurs héritiers issus des familles d'entrepreneurs, dont des niveaux de formation initiale élevés, celle par l'influence des parents et l'importance de la formation pour leurs parcours d'entreprendre dans l'entreprise paternelle. Pour les 'anciens' entrepreneurs, le niveau de formation initial est moins élevé (*niveaux primaires, collège*).

Une enquête menée en Algérie auprès d'une vingtaine d'entrepreneurs et de quelques cadres au printemps 2002 par Anne Gillet à Alger et en Kabylie où les entrepreneurs et les entreprises de cette recherche représentent les caractéristiques représentatives de la situation nationale des PME en Algérie, a permis de dégager cinq types d'entrepreneurs algériens : Entrepreneurs Cadres, Entrepreneurs immigrants, Entrepreneurs Héritiers, Entrepreneurs de Tradition entrepreneuriale et enfin Entrepreneurs ouvriers.⁹

2-1- Entrepreneurs Cadre du secteur public

Ce sont des anciens cadres des entreprises publiques, l'expérience qu'ils ont acquise dans le secteur public représente pour eux un avantage de subir plusieurs formations et de bénéficier ainsi d'un capital social nécessaire dans les démarches administratives pour créer leurs propres entreprises. Le désir de mettre à profit leurs expériences dans le secteur privé, la revanche pour la pauvreté et la volonté d'assurer un avenir meilleur tant pour eux même que pour leurs descendances, était la force motrice de création d'une entreprise privée.

2-2- L'entrepreneur migrant

Cette tradition migrante est fortement présente dans la région de Kabylie. Ces entrepreneurs ont migré, jeunes en France et ils sont revenus après une période d'immigration relativement longue. Leur retour s'est fait au début des années 80, cette période correspond aux

⁷ SADI, *Op.cit.* p 36.

⁸ *Ibid.*

⁹ SADI, (N-E), « *la privatisation des entreprises publiques en Algérie* », Ed OPU, Algérie, 2005, P 36.

Chapitre III : Entrepreneuriat et Investissement Touristique en Algérie

lois de 1982 relatives à l'investissement privé, ayant eu l'idée de créer une entreprise privée, ils ont eu en France une longue expérience professionnelle dans diverses activités notamment commerciales. Ils considèrent ces expériences comme grande aide à la création d'entreprise : savoir se débrouiller seul, se former, être rigoureux et discipliné dans la vie et dans les affaires. C'est dans le registre de l'opportunité que sont explicitées les raisons de rentrer en Algérie.

2-3- L'entrepreneur héritier

Trois sous-groupes caractérisent ces héritiers : en premier lieu, des jeunes patrons d'anciennes PME âgés entre 25 et 30 ans qui ont pris la relève de l'entreprise familiale. Sur la base de leurs niveaux d'instruction universitaire, ces entrepreneurs ont introduit des nouvelles techniques de gestion de leurs entreprises. En second lieu, des patrons de PME âgés de 40 à 50 ans et qui ont héritier du métier du père au sein de l'entreprise, ayant un niveau d'instruction peu élevé primaire au collège, et qui travaille avec des salariés de la famille proche ou bien du même village Enfin, la troisième sous-catégorie est les jeunes entrepreneurs qui ont pu créer des entreprises à la fin des années 90 par le soutien du père qui est lui-même entrepreneurs. Ces entrepreneurs ont acquis le savoir-faire et l'expérience du père dans la connaissance du marché économique, pour s'en servir comme moyen de création d'entreprise.¹⁰

2-4- L'entrepreneur de tradition entrepreneuriale

Une catégorie d'entrepreneurs âgés de 50 ans, avec un niveau d'instruction faible primaire ou collège, chez ces entrepreneurs il existe une forte tradition familiale commerciale, leurs buts est de répondre aux besoins des membres de la famille proche qui cherche à travailler. C'est des entrepreneurs qui ne veulent pas dépendre des autres au de l'État et qui portent d'aides à leurs villages afin de contribuer au développement de ces derniers.

2-5- L'entrepreneur ouvrier

C'est une catégorie d'entrepreneurs qui ont un niveau d'instruction peu élevé, ayant travaillé longtemps comme ouvriers et avaient la chance de créer des entreprises relatives à leurs métiers. Leur création de l'entreprise a souvent été une alternative à la perte d'un emploi ou un moyen de se prémunir contre un risque futur de chômage. Durant la période de la planification centrale, l'économie algérienne était complètement étatisée et caractérisée par un interventionnisme étatique très élevé. La grande entreprise publique occupait une place importante dans la stratégie du développement. Les plans de développement étaient planifiés par l'administration centrale (*ministère de la Planification*).

¹⁰« Ministère de l'industrie, de la petite et moyenne entreprise, et de la promotion de l'investissement », bulletin d'information, statistique n°17, 1^{er} semestre 2010.

Chapitre III : Entrepreneuriat et Investissement Touristique en Algérie

Cette représentation de l'industrialisation du haut vers le bas s'est distinguée par une faiblesse de la dynamique entrepreneuriale favorisant des entreprises à très faible productivité, assistées par la rente pétrolière. Les réformes qui ont été amorcées en Algérie depuis les années quatre-vingt, l'on conduit progressivement à changer la politique économique qui sera désormais fondée sur les forces du marché. Cette nouvelle politique a reconnu pour les entreprises privées le rôle important à jouer dans le développement local et national, à la fin des années 80 et au début des années 90 ce qui a permis l'émergence de secteur des PME.

3- L'intérêt pour la petite entreprise en Algérie

La période allant de l'indépendance jusqu'à la fin des années 80, le petit entrepreneur ou l'artisan de la période coloniale va céder brutalement la place au manager comme figure emblématique de la grande organisation industrielle, centralisée et bureaucratisée. Désigné par décret présidentiel, le manager ou le PDG de la grande entreprise publique est fasciné par deux choses¹¹ : le gigantisme industriel et le pouvoir. Il met toute son énergie à développer l'entreprise non pas dans un souci de rationalisation de l'organisation du travail, mais dans l'objectif d'asseoir son pouvoir et élargir ses réseaux clientéliste. Peu importe si l'entreprise est rentable ou pas.

Les restructurations économiques du secteur public devront mettre un terme aux privilèges et aux pratiques des managers qui doivent désormais rendre compte de leur gestion. Mais le manque de souplesse de la grande organisation, du fait de son gigantisme et de sa dérive technocratique, bureaucratique et clientéliste, fait qu'elle a du mal à s'adapter aux aléas économiques.

Cet intérêt récent des pouvoirs publics en Algérie pour l'entrepreneur qu'on ne cesse de présenter comme le nouveau héros d'une économie en transformation, une sorte de modèle sociale pour des populations en quête de promotion sociale, se comprend mieux. L'assouplissement de la législation qui a été graduellement entamé à partir de 1988 par la loi 88-25 du 19 juillet 1988 relative au plafond de l'investissement privé et a ouvert à ce dernier d'autres créneaux.

De ce fait, le nombre des PME/PMI privées est passé à 19843 entreprises. L'autorisation aux investissements étrangers a été mise en place à partir de 1990 par la loi 90-10 du 14/04/1990 relative à la monnaie et au crédit, puis avec le décret n° 91-37 de la 19/02/1991, portant libération du commerce extérieur, le nombre des entreprises privées a atteint 22 382 entreprises en 1992. L'année d'après d'autres mesures d'encouragement et d'appui aux PME/PMI par la

¹¹ SADI, (N-E), « *la privatisation des entreprises publiques en Algérie* », Ed OPU, Algérie, 2005, P 39.

création de plusieurs institutions de soutien et d'accompagnement, et jusqu'à 2002 en dénombre 188 564 PME/PMI qui emploient 731 082. Aujourd'hui, la création de la TPE/PME/PMI occupe une position de premier plan dans le processus de développement algérien, ce qui explique un phénomène démographique important dépassant la barre de 606 737 entreprises en 2010.¹²

4-L'évolution du droit de l'investissement en Algérie

Le passage à l'économie de marché implique pour l'Algérie la libération et la privatisation de son économie, et de ce fait, l'ouverture de l'ensemble des secteurs d'activités aux investisseurs tant nationaux qu'étrangers avec le maximum de garanties et d'avantages, cette ouverture a été consacrée dans le décret législatif N°93-12 du 05/10/ 1993.

4-1-Le décret législatif N° 93/12 du 05/10/1993

Le présent décret législatif, fixe le régime applicable aux investissements nationaux privés et aux investissements étrangers réalisés dans l'activité économique de production des biens ou des services¹³. Les bénéficiaires des dispositifs de ce décret, sont les investissements de création, d'extension, de capacité, de réhabilitation ou de restructuration¹⁴. L'objectif principal de ce décret est de faire augmenter l'exportation or hydrocarbure en donnant plus d'avantage au secteur privé, qui est le seul capable à faire tourner la roue économique et créer l'emploi. En plus de cette nouvelle conviction, ce décret cherche à faire l'équilibre régional par le biais des projets d'investissements, en plus, il donne la possibilité aux capitaux étrangers de participer dans l'économie nationale.

4-1-1 La Création de L'agence de Promotion et de Soutien et de Suivi de l'investissement (APSSI)

Créé par un décret exécutif N° 94/319 du 17/10/1994 qui précise les Prérogatives, ainsi l'organisation et la gestion de cette agence. Cette agence contient les différents acteurs qui en rapport avec l'investissement Comme :

- La douane ;
- Le secteur fiscal ;
- Registre de commerce ;
- Domaine public ;
- Banque d'algérie.

¹²ABDLFETAH, (s) et ABERBOUR, (K) *Op.cit*, p 42.

¹³ Décret législatif N° 93-12, du 05/10/1993., *article N°01*

¹⁴ *Ibid*, Article N°02.

L'agence est chargée¹⁵. D'assister les investisseurs pour les formalités nécessaires à leurs investissements, notamment celles relatives aux activités réglementées pour lesquelles elle veille au respect des délais légaux. Concernant La promotion de l'investissement dans les collectivités locales, Un nouveau dispositif est créé.

4-1-2 La création du CALPI

Le comité d'assistance et de localisation pour la promotion de l'investissement est créé par une instruction interministérielle N° 28 du 15/05/1994. Ce comité consiste en l'information, l'orientation et le soutien des investisseurs pour les aider à localiser leurs projets et à les concrétiser dans des conditions favorables, loin de toutes pratiques bureaucratiques. Aussi, cet organe a été créé dans le but d'assister les investisseurs, et de leurs éviter d'avoir à entreprendre des multiples démarches auprès de plusieurs administrations pour accéder à un terrain d'assiette et accomplir les différentes formalités administratives liées à l'obtention du permis de construire. En outre, le CALPI intervient pour se prononcer sur les possibilités de localisation des projets en tenant compte, d'une part, des potentialités de la wilaya, de sa (ses) vocation (s) économique (s) et de ses créneaux d'activité prioritaires ainsi que des disponibilités foncières (disponibilité de terrains répondant aux caractéristiques recherchées) et d'autre part, des indications clés du projet envisagé.

En d'autre terme, le CALPI oriente l'investisseur vers le site d'implantation le plus approprié, l'organisme foncier concerné, quand à lui, se charge de la concrétisation et de la formalisation de l'attribution du terrain. En tout état de cause, le CALPI¹⁶ doit suivre l'évolution du dossier de demande de terrain de l'investisseur jusqu'à son aboutissement. Il y a lieu de préciser que le CALPI ne doit, en aucun cas, constituer un passage obligé pour les investisseurs, ces derniers peuvent recourir directement aux promoteurs fonciers pour l'obtention du terrain.

4-1-3 Le bilan des projets concrétisés

Le bilan dressé par le ministère de l'intérieur et des collectivités locales en 2001 sur les projets concrétisés, fait état de l'important décalage entre Les engagements d'investissements qui s'élevaient à 42 millions de dollars(USD) et les réalisations concrètes durant la période 1993-2000 qui chiffrèrent à 500 millions USD, dont 95 % étaient réalisés par des investissements Nationaux¹⁷. Le dispositif APSSI aurait été caractérisé par sa lourdeur et sa complexité.

¹⁵ Décret législatif N° 93-12 du 05/10/1993, relatif à la promotion de l'investissement, article N°08.

¹⁶ Document obtenu par la responsable du CALPI, une lettre du ministre de l'intérieur, envoyé Aux différent Walis « dans le cadre de la promotion de l'investissement dans les collectivité Locales », 03/07/1996.

¹⁷Le quotidien d'Oran, du 19 août 2001.

L'esprit du décret législatif de 1993 était simplement occulté dans les mesures où Les avantages et garanties accordés n'ont pas été suffisamment mis en avant pour Promouvoir et développer l'investissement. C'est ce qui n'a pas manqué D'altérer le bon fonctionnement de tout le dispositif. Partant de ce constat, les pouvoirs publics ont été amenés à adopter un nouveau Cadre législatif et institutionnel, plus à même de promouvoir et développer L'investissement.

5-L'entrepreneuriat touristique

L'entrepreneuriat touristique intègre l'ensemble des entreprises liées à la création et l'exploitation des activités touristiques, qui activent dans le but de satisfaire les besoins des touristes, ces entreprises incluent outre les hôtels, les maisons d'hôtes, agence de voyage et tours opérateurs¹⁸. L'entrepreneur touristique, est un individu qui crée une entreprise qui comprend certains éléments d'originalité pour la fourniture des produits et des services ou une nouvelle expérience pour les touristes.

5-1-Les spécificités de l'entrepreneuriat touristique

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

Les chercheurs constatent qu'une image émergente des entrepreneurs n'est pas motivée seulement par le désir de maximiser le profit. Cette pensée conceptuelle, motive l'approche de l'entrepreneuriat qui comprend les valeurs et les aspects culturels comme facteurs de réussite en plus du développement, des affaires et la croissance.¹⁹

5-2-Les caractéristiques de l'entrepreneur touristique

L'entrepreneur touristique recèle certaines caractéristiques pour mener un projet touristique, telles que : les compétences, les aptitudes, la personnalité de l'entrepreneur touristique et ses valeurs.²⁰

5-2-1-Les compétences

Les entrepreneurs touristiques doivent avoir certaines compétences et un ensemble des connaissances et d'expériences. Un entrepreneur doit maîtriser tout ce qui est en liaison avec son activité et mettre à jour ses compétences dans le but de bien répondre aux attentes des

¹⁸ BOURABAH, (K), et DAF, (F) : *formation, emploi et dynamique entrepreneuriale de l'activité touristique : cas de la wilaya de tizi ousou*, Mémoire de Master en sciences économiques, 2014-2015, p 54.

¹⁹ *Ibid* .

²⁰ *Ibid*, p55.

touristes, comme la maîtrise des nouvelles technologies d'information et de communication ainsi que le marketing.

5-2-2-Les aptitudes

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

5-2-3-La personnalité de l'entrepreneur touristique

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

Section 02 : L'investissement touristique en Algérie

1-Définition des concepts

1-1-Définition de l'investissement de manière générale

L'investissement est la privation de liquidité monétaire immédiate contre l'espérance de gain future, autrement dit c'est le fait d'engager un capital présent et disponible (*sous forme de biens matériels, immatériels et circulants*) dans l'espoir de rentrées futures (*à échéance plus au moins longue avec un degré de réalisation plus au moins certain*).²¹

L'investissement c'est le fait d'engager des ressources dans le but d'obtenir dans le future, des résultats certes étalés dans le temps mais d'un montant total supérieur à la dépense initial.²²

1-2- Définition de l'investissement touristique

L'investissement touristique c'est un investissement matériel, la création d'un nouveau capital réel acquisition de terrains, construction aux achats d'édifices réalisation d'équipements ou achat de matériel amortissable il vise à accompagner ou à développer la fréquentation touristique. Le tourisme génère des investissements importants dans l'économie et de fait de transsectorialité, il a un effet multiplicité.²³

On constate que l'investissement est une dépense destinée à maintenir ou à accroître son potentiel productif, ils ne font donc pas confondre un investissement et une consommation intermédiaire. Pour une entreprise de service qui a besoin de financement pour ses investissements, plusieurs possibilités sont ouvertes, elle peut tout d'abord faire appel à sa

²¹ <https://d1n7tqsz60b2ad..cloud> front, consulté le 20/05/2019 à 16h00.

²² *Ibid*

²³ L'économie de tourisme, <https://books.google.dz.books>. consulté le 21/05/2019 à 19h00.

propre épargne (*autres financements*) elle peut également trouver des capitaux auprès des associés de l'entreprise ou des actionnaires, elle peut aussi recourir à des emprunts à moyen et long terme.

L'investissement touristique regroupe les dépenses liées à l'innovation, dépense de fonction, dépense de logiciel, dépense en publicité, dépense commerciales. Ces investissements immatériels considérés comme des consommations intermédiaires pour l'entreprise.

2-Organismes spécialisées dans le soutien et la promotion des petites et moyennes entreprises

Il y a des organismes gouvernementaux spécialisées qui jouent un rôle actif dans le développement et la création des entreprises.

2-1-Agence Nationale de soutien pour l'emploi des jeunes (ANSEJ)

Il s'agit d'un organisme national dotant d'une personnalité morale et d'une autonomie financière. Elle vise à encourager toutes les formules menant à la reprise de l'emploi des jeunes à travers la création de micro-entreprises. Elle a été créée en 1996 et représentée à l'échelle régionale à travers des antennes. Elle est sous l'autorité du premier ministre. Gros au modo, l'ANSEJ est chargée de :²⁴

- Mettre à la disposition des jeunes porteurs de projets toutes les informations d'ordre économique, technique, législatif et réglementaire relatives à l'exercice de leur activité ;
- Fournir des aides à l'investissement pour les jeunes porteurs de projets dans le cadre du montage financier et le suivi des prêts ;
- Établir des relations permanentes avec les banques et les institutions financières dans le cadre de montage financier des projets.

Cette agence offre son soutien financier sous différentes formes : subventions financières, fiscales et parafiscales.

Les subventions financières prennent la forme de prêts sans intérêt, à long terme accordés par l'agence exonérés de paiement des intérêts.

En ce qui concerne les subventions fiscales et parafiscales, elles sont destinées aux micros entreprises durant la période d'exploitation, y compris l'exonération de taxe sur la valeur ajoutée, sur les frais de transfert de propriété, l'exonération des droits contractuels, de la taxe d'enregistrement et sur l'immobilier. L'exonération totale des impôts sur les bénéfices des sociétés et sur le revenu.

²⁴ GHEMMOURI, (K) et BENYOUCEF (L) : le rôle de l'entrepreneuriat touristique dans le développement du littoral de la commune d'azeffoun, Mémoire de fin d'étude en vue l'obtention du diplôme de Master en sciences économique, 2016-2017, p 55.

2-2- L'agence Nationale du développement de l'investissement (ANDI)

ANDI L'Agence Nationale du Développement de l'investissement est un établissement public dotant d'une personnalité morale et d'une autonomie financière. Elle a pour missions suivantes :²⁵

- Réduire la durée d'octroi des licences à 30 jours au lieu de 60 jours ;
- Assurer la promotion, le développement et le suivi des investissements ;
- Accueillir, informer et assister les investisseurs résidents et non-résidents ;
- Fournir les prestations administratives à travers un guichet unique ;
- L'octroi des avantages liés à l'investissement dans le cadre du système existant ;
- Gérer le Fond d'Appui à l'investissement ;
- Assurer le respect des engagements pris par les investisseurs au cours de la période d'exemption.

2-3-Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)

Institution indispensable à la libération du marché du travail et de la relation d'emploi, et qui intervient dans la création d'entreprises par les demandeurs d'emploi.²⁶

3- Le cadre institutionnel de l'entrepreneuriat touristique

L'Algérie s'est engagée depuis la fin des années 1980 à garantir un cadre institutionnel adéquat aux exigences de l'économie de marché et le développement du secteur privé, qui a été encouragé par les textes législatifs qui ont accompagné cette transition, notamment les deux lois relatives à l'investissement, le code d'investissement de 5 octobre 1993 et l'ordonnance n°01-03 du 20 août 2001 relative au développement de l'investissement.

Le processus de création d'entreprises touristiques par des acteurs privés n'a pas cessé depuis. Il se poursuit toujours avec un rythme plus au moins lent en raison des obstacles entravant toute initiative d'entreprendre qui sont d'ordres bureaucratique, financier et foncier (*les lourdeurs administratives qui concernant essentiellement l'accord de permis de construire et l'agrément pour les agences de voyages, l'accès au foncier qui est livré à une spéculation et les difficultés d'accès au financement bancaire*).

Ainsi, on assiste à une dynamique de création d'entreprises de tous genres après l'encouragement de l'investissement privé par des textes législatifs et les différents dispositifs de création d'entreprises (*ANDI, ANSEJ, CALPI, CNAC...*) qu'on a vu auparavant .

²⁵ GHEMMOURI, (K) et BENYOUCEF (L), *Op.cit*, p 56.

²⁶ OUSSALEM, (M) : *développement local de tizi ouzou : potentialités, contraintes et perspectives*, Revue campus 5, UMMTO, p 06.

Chapitre III : Entrepreneuriat et Investissement Touristique en Algérie

Le tissu économique devient alors une agglomération d'entreprises hétérogènes appartenant à plusieurs secteurs dont celui du tourisme qui reste relativement secondaire.²⁷

L'agence nationale de développement de l'investissement l'ANDI, a enregistré pour l'année 2016, 1018 projets touristiques sur un total de 63 804 projets d'investissements. Le secteur de tourisme représenté une part très faible soit 1.60% avec un montant de 974.396 millions de dinars sur un total de 12.800.834 millions de dinars, avec la création de 62069 emplois sur un total de 1.138.412 emplois ce qui fait 5.54% du total d'emplois créés.²⁸

Quant à la répartition des projets déclarés étrangers, l'ANDI a enregistré seulement 14 projets touristiques sur un total de 822 projets ce qui fait 1.7%, avec un montant de 113.772 millions de dinars sur un total de 2.216. 699 millions de dinars avec un pourcentage de 5.13% et création de 6309 emplois sur un total de 119.525 emplois avec un pourcentage de 5.28%²⁹.

Le tourisme, par son côté transversal et intersectoriel, doit être compris comme un levier essentiel, stratégique et prioritaire du nouveau modèle économique algérien.

4-Le tourisme, un investissement productif

Tout en rappelant qu'il contribue à hauteur de 10% au PIB mondial. Le tourisme est le premier secteur des services dans beaucoup des pays dans la mesure où il constitue une locomotive qui remorque l'ensemble des secteurs de par son côté transversal et intersectoriel³⁰. Mais pas seulement. Selon lui, l'économie du tourisme peut aussi jouer un rôle de soupape de régulation de la balance des paiements à travers l'exportation des services touristiques et les apports en devises qu'elle génère, ce qui permet, dans des situations de déficit notamment, d'effectuer les rééquilibrages macroéconomiques nécessaires.³¹

Par ailleurs l'importance est de mobiliser l'ensemble des acteurs, ceux qui sont directement concernés et ceux qui interviennent à des niveaux intermédiaires, ainsi que la population, pour réussir à injecter une dynamique de performance dans le secteur.

« *Ce que nous sommes capables de faire dans un cadre privé doit devenir une réalité collective dans notre manière de recevoir les touristes* »³². Pour souligner l'importance de l'ambiance qui règne dans le pays et des attitudes et représentations des uns et des autres dans le développement du tourisme. Il s'agit, en somme, d'instaurer une culture du tourisme en Algérie.

²⁷ IDIR, (M) : valorisation du patrimoine, tourisme et développement territorial en Algérie : cas de la région de Bejaia en Kabylie et de Djanet dans le tassili N'Ajjer, thèse de doctorat de l'université de Grenoble, 2013, p.355.

²⁸ Ibid, p355.

²⁹ <http://www.andi.dz/inddex.php/fr/.cite,28/05/2019,19h00>.

³⁰ CHERIF(K) : économie de tourisme un investissement d'avenir pour l'Algérie, édition casbah, p16.

³¹ Ibid .

³² Ibid, p17.

5-Comment investir dans le tourisme en Algérie

Pour investir dans le tourisme l'administration centrale du ministère du tourisme et de l'artisanat ainsi que ses services extérieurs (*direction de tourisme et de l'artisanat de la wilaya*) vous réservent un accueil des plus chaleureux.

L'ensemble des personnes est prêt à vous servir et vous accompagner dans toutes les étapes de votre projet, une écoute attentive à toute demande d'investissement est garante.

Des conseils et appuis vous sont prodigués pour mettre à tout projet de bénéficiaire d'un régime de soutien incitatif.

Un accompagnement auprès des services chargé de l'investissement est assuré.

Les avantages prévus par la loi 01-03 modifiée et complétée relative au développement de l'investissement sont accordés selon la nature l'importance et l'impact social et économique du projet. L'investissement dans le tourisme obéit également à la règle de simple déclaration d'investissement.

D'autre part la loi de finances complémentaire de l'année 2009 prévoit dans ses articles 79 et 80 une bonification pour les projets d'investissement.

Ces opportunités d'investissement répondent à toute demande de promoteur pouvant être présentée en la forme de programmes préétablis ayant préalablement l'objet d'études d'aménagement ou laissées à l'initiative du promoteur compte tenu de l'intérêt particulier et des objectifs qui sont assignés et de la configuration du projet.

La demande d'investissement peut également s'inscrire dans le cadre des actions de privatisation ou de prise de participation au capital des entreprises publiques de gestion touristique et hôtelière.

Outre l'investissement au niveau des zones d'expansions touristiques d'autres opportunités sont offertes à travers les sources thermales au nombre de 200 en fin un littoral large de plus de 1200 km pouvant accueillir tout projet de thalassothérapie ou balnéothérapie qui demeurent pour la plupart à l'état vierge ou partiellement exploitées et qui peuvent constituer à terme de véritables villes d'eau.³³

³³ www.andi.dz, consulté le 31/05/2019 à 11h00.

Conclusion

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

Introduction

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

Notre enquête vise à mettre en lumière les caractéristiques particulières de cet agent économique, présenter un profil de l'entrepreneur touristique en Algérie, plus précisément pourquoi il décide de s'engager dans l'acte entrepreneurial ? Quelles sont les caractéristiques de son entreprise crée ? Quelles sont les principales contraintes rencontrées ? Autant d'interrogations à laquelle, ce chapitre essaye d'apporter des réponses.

Le présent chapitre a pour objectif la présentation détaillée de la méthodologie utilisée, dans le cadre de ce travail, nous allons expliquer notre démarche concernant les objectifs de l'enquête et de son déroulement, la conception et le contenu du questionnaire l'échantillon étudié, la collecte des données ainsi que les principaux résultats trouvés.

Section1 : Méthodologie et organisation de la recherche**1- Le plan de travail (enquête)**

Pour la collecte de l'information et le besoin de notre travail, nous avons effectué une enquête sur les wilayas du centre de l'Algérie :

- ALGER : Alger centre.
- TIZI OUZOU : Maatkas, Draa benkheda, Tizirt, Azefoune, Wadia, Boghni.
- BOUMERDES : Ville à la bourde de la mer.
- BOUIRA : Ville.
- Enquête menée auprès des établissements et entreprises touristiques.

1-1 Objectif de l'enquête

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

Cette création d'entreprises se base sur deux éléments importants. En première, l'entrepreneur qui est considéré comme le chef de cette richesse grâce à son travail et à la décision de création, il s'occupe de la mobilisation et l'allocation des ressources, la recherche d'opportunités, la recherche de la position la plus profitable pour son entreprise.

Ensuite le milieu dans lequel il a vécu plusieurs événements, ce milieu influence l'action de l'entrepreneur que ce soit dans l'événement de l'idée de création, ou tout au long de cycle de vie de l'entreprise. En effet, l'environnement familial professionnel a un effet déterminant dans l'action de création.

Notre enquête vise à faire ressortir le profil des entrepreneurs des wilayas de centre d'Alger, les caractéristiques de leurs entreprises (*la taille de l'entreprise*), source de financement, les motivations de ceux-ci pour le domaine de l'entrepreneuriat, les motivations à lancer une entreprise, les situations qui ont stimulé le processus de création de l'entreprise.

Les facteurs importants dans le choix de se lancer en affaires (*les facteurs de succès des entrepreneurs*).

Aussi, nous allons présenter les principales contraintes entravant les entrepreneurs lors de la création de l'entreprise.

1-2-La taille de l'échantillon

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

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

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

Notre échantillon se compose de 65 entrepreneurs, nous avons pu récupérer 45 questionnaires seulement son exploitables ce qui représente un taux de réponse de 69,23 %, le reste (soit 20 questionnaires) ont fait l'objet de non réponses ou mal remplis chose qui nous a obligé à les éliminer de notre étude vue le manque de leur crédibilité (non exploitables).

Les résultats de cette élimination sont récapitulés dans les tableaux suivants :

Tableau N° 01 : La taille de l'échantillon de notre enquête

Questionnaire	Nombre	
	Nombre d'entrepreneurs	Taux %
Non récupérés/ non exploitables	20	30,76%
Récupérés/ exploitables	45	69,23%
Distribués	65	100%

Source : réalisé par nos soins.

Les restrictions apportées à notre échantillon sont dues essentiellement à :

- La non disponibilité de certains entrepreneurs ;
- Le refus de certains entrepreneurs de répondre au questionnaire ;
- La non-conformité de quelques questionnaires ;
- L'inexistence des adresses des entreprises communiquées (*adresses, email*) ou bien l'entrepreneur à cesse l'activité.

1-2-1 Justification de choix des communes de l'échantillon :

Nous avons choisi de situer notre enquête au niveau des wilayas du centre de l'Algérie, nous avons questionné ensembles des entreprises touristiques, les communes du littoral connaissent une dynamique liée au tourisme balnéaire, et occupent la deuxième position en terme d'entreprises, pour ces raisons nous avons choisi :

- Alger (centre d'Alger) ;Tizi-Ouzou (*Tigzirt, Azzaafoune, Maatkas, Boghni, Ouadia, Draa Ben Kheda*) ;Boumerdes(ville) ;Bouira(ville).

1-3-L'idée de questionnaire

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

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

▪ **Quels sont les déterminants de développement de l'esprit entrepreneurial pour l'entrepreneur touristique Algérienne ?**

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

- Quels sont les raisons qui poussent les individus à se lancer dans l'aventure de la création d'entreprise ?
 - Est-ce que ils sont motivés par les logiques économiques ?
 - Ou encore par des logiques sociales ?
 - A quelles contraintes affrontent les entrepreneurs Algérienne lors de l'acte de création de leur entreprise ?
 - Les questions portent essentiellement sur quatre phases :
- **Phase1 : L'identification de l'entrepreneur**
Cette premiers étapes a pour but d'identifier et présenter l'entrepreneur le propriétaire d'entreprise, les questions ont porté sur son profil, sexe, âge, niveau d'instruction, expérience professionnelle...etc.
 - **Phase2 : Caractéristique de l'entreprise crée**
Cette étape est réservée pour la détermination et l'identification de l'entreprise crée à savoir l'année de création, sa raison sociale, statut juridique, la structure de financement...etc.
 - **Phase3 : Les motivations de l'entrepreneur à l'égard de création de son entreprise**
Cette étape a pour but de voir les ambitions et les raisons réelles, ayant poussé l'entrepreneur à la création de son entreprise, et les facteurs qui sont à l'origine du choix de secteur d'activité.
 - **Phase4 : Les difficultés entravant la création d'entreprise**
Cette dernière étape consiste à déterminer et cerner les différents problèmes et contraintes rencontrées par les entrepreneurs lors de création de leur entreprise.

1-4 - La formulation du questionnaire

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

A savoir :

- **Question fermées** : à réponse unique.
Exemple : fiche signalétique ex : âge, sexe.
- **Question fermée à choix multiple**.
Exemple : fiche signalétique ex : niveau d'instruction.
- **Question ouvertes** : fiche signalétique exemple : (âge, niveau d'instruction), question N°19.

Les questions choisies assurent :

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

1-5- Déroulement du questionnaire

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

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

Nous nous sommes déplacé au niveau de la direction de tourisme et de l'artisanat pour récupérer la liste des établissements hôteliers et la liste des agence de tourisme et de voyage au niveaux des communes de la wilaya de Tizi-Ouzou(*Maatkas, Draa ben Kheda, Tigzirt, Azefoune, Ouadia, Boghni*). Concernant les autres wilayas Boumerdes, Alger, Bouira, nous avons fait des recherche sur internet pour trouver leurs adresses exacte pour questionnés face à face au bien contacté par Email au fax.

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

La passation du questionnaire a été bien accueillie par certains entrepreneurs qui n'ont pas hérité à nous consacrer du temps nécessaire, afin de parler deux mêmes de leurs exploits personnels, de leur motivation, de leur façons de géré, de prendre des risques et de leur esprit d'entreprise et d'indépendance il faut savoir que, toute au long de notre enquête, nous avons rencontré d'énormes difficultés, pour convaincre les entrepreneurs à répondre à nos questions,

sans oublier que dans la plupart des cas, les entrepreneurs ne sont pas disponibles à répondre aux questions, ce qui a constitué une contrainte majeure pour l'aboutissement de notre enquête.

1-6-Traitement des questionnaires

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

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

Section 2 : Analyse des résultats de l'enquête

1- 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 est évolué dans un milieu qui l'influence et sur lequel il a des effets par son action créatrice.

Dans cette section nous allons essayer de déterminer un profil de l'entrepreneur : à travers une fiche signalétique notamment l'âge, sexe, son niveau d'instruction, les métiers exercés précédemment ainsi que les compétences acquises.

1-1 La répartition des entrepreneurs par sexe

Selon les résultats de notre enquête présentée dans le tableau N°02 les hommes représentent une part très importante au sein de la catégorie entrepreneur, en effet sur 45 entrepreneurs enquêtés, 33 sont des entrepreneurs hommes soit 73% de la population enquêtée, la part des femmes entrepreneurs est moins importante que celle des hommes, elle représente que 27% de la population enquêtée ceci montre que la fonction de l'entrepreneur reste une activité propice aux hommes, les caractéristiques de la société Algérienne ne facilitent pas l'intégration des femmes.

Tableau N°02 : Sexe de l'entrepreneur

Sexe	Fréquence	Pourcentage (%)
Homme	33	73%
Femme	12	27%
TOTAL	45	100%

Source : résultat de notre enquête

1-2 L'âge des créateurs d'entreprises

Pour ce résultat, la réponse des entrepreneurs sur la question illustrée dans le tableau N°03 concerne leur âge actuellement d'où le taux le plus élevée et de 42% présenté par la catégorie d'âge (31-45) ans et avec 29% pour la tranche d'âge plus de 45 ans.

Tableau N°03 : L'âge des entrepreneurs

Age	Fréquence	Pourcentage (%)
Entre 19-25 ans	3	7%
Entre 26-30 ans	10	22%
Entre 31-45 ans	19	42%
Plus de 45 ans	13	29%
TOTAL	45	100%

Source : résultats de notre enquête

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

Principalement par l'apport de L'ANSEJ, ou bien sont issus d'une famille entrepreneuriale. Ainsi nous pouvons conclure que la création se fait généralement entre l'âge (31-45) ans.

1-3 La situation matrimoniale

Pour ce résultat la réponse des entrepreneurs sur la question illustrée dans le tableau N°04 concerne leur situation matrimoniale d'où le taux le plus élevé est de 51%.

Tableaux N°04 : La situation matrimoniale

Situation matrimoniale	Fréquence	Pourcentage %
Marié	23	51%
Célibataire	22	49%
Divorce	0	0%
TOTAL	45	100%

Source : résultats de notre enquête

1-4 Niveau d'étude et formation professionnelle

Pour le parcours professionnelle, les études et formation suivies ont également une influence sur le choix du domaine d'activité ou investir et par la suite sur le mode de gestion de l'entreprise une fois mis en route, en effet, la formation et le niveau d'instruction de l'entrepreneur influence toujours sur le choix qu'il effectue en ce qui concerne l'activité, la

dimension, le financement et le mode de gestion de l'entreprise sont des conditions nécessaires qui permettent de débaucher sur l'innovation en tous genre.

L'ensemble des entrepreneurs enquêtés ont au moins un niveau d'étude (soit moyenne, secondaire, universitaire) sur les 45 entrepreneurs enquêtés, 11% ont un niveau d'étude moyenne, 11% ont atteint un niveau secondaire et 58% ont un niveau universitaire, nous constatons d'après ces résultats que la plupart des entrepreneurs, ont un niveau d'instruction de plus en plus élevé, cette situation peut être expliquée principalement par le chômage que les difficultés de trouver du travail pour les nouveaux diplômés de l'université c'est la raison pour laquelle ils préfèrent créer leur propre emploi et de s'engager dans la création de leur entreprise.

Tableau N°05 : les niveaux d'instruction des entrepreneurs

Niveau d'instruction	Fréquence	Pourcentage %
Formation professionnelle	9	20%
Moyen	5	11%
Secondaire	5	11%
Universitaire	26	58%
TOTAL	45	100%

Source : résultat de notre enquête

Notons aussi que sur les 45 entrepreneurs enquêtés 20% d'entre eux ont effectué une formation professionnelle soit 80% en plus de leur niveau d'étude, cette formation professionnelle était soit pour renforcer leurs études universitaires, soit pour avoir un métier. Pour ce qui a avaient les niveaux moyenne et secondaire.

2- Identification de l'entreprise

2-1- La répartition des entreprises enquêtées selon la forme (leur statut juridique)

L'analyse des entreprises de notre échantillon selon leur statut juridique fait ressortir quatre(04) modalités à savoir des entreprises individuelles, des sociétés à responsabilité limitée (SARL), des entreprises unipersonnelles à responsabilité limitée (EURL) et des sociétés au non collectif (SNC).

Le tableau N°6 illustre que la plupart des entreprises enquêtées ce sont des l'entreprises individuelles (soit 40%) c'est la forme la plus facile d'entrée dans les affaires en créant des micros entreprises.

La forme juridique SARL concerne 31% des entreprises enquêtées, les entrepreneurs optent pour cette forme en raison du capital relativement faible qu'elle nécessite, les associés peuvent prendre part dans plusieurs entreprises en même temps, ainsi en cas de faillite, les risques sont limités uniquement aux apports de chaque associé en capital social de la société créé suivi par la forme EURL, avec un taux de 27% tandis que la SNC représente que 2%.

Tableau N° 06 : la répartition des entreprises selon la forme juridique

Forme juridique	Fréquence	Pourcentage %
Entreprise individuelle	18	40%
SARL	14	31%
EURL	12	27%
SNC	1	2%
TOTAL	45	100%

Source : le résultat de notre enquête

2-2- Date de la création des entreprises enquêtées : (année de début de l'activité)

Les résultats de notre enquête montrent que 11% unités ont été créées dans la période entre 1969 et 1988, et 9% entreprises créées seulement entre 1991-1994, soit un total de 36 entreprises (80%) ou ont été créées à partir des années 2010-2019.

Cela peut être expliqué par une forte dynamique de créations d'entreprises dans la zone des wilayas du centre d'Algérie durant la décennie 2010/2019, contre 4 unités dans les années 1991/1994 et seulement 5 unités entre les années 1969/1988.

Tableau N° 07 : Date de la création des entreprises enquêtées

Période (années)	Fréquence	Pourcentage
1969/1988	5	11%
1991/1994	4	9%
2010/2019	36	80%
TOTAL	45	100%

Source : résultat de notre enquête

2-3 Répartition des entreprises enquêtées selon la taille

Notre échantillon est constitué en grande partie d'entreprises classées dans la catégorie de micro entreprises comprenant entre (1-9) employés, elles représentent (53%) du total (soit 24 unités) suivi de la catégorie de petite taille comprenant (10-45 salariés), ainsi la catégorie des moyennes entreprises est représentée par (4 unités) soit 9% de l'échantillon étudié, enfin la catégorie des grandes entreprises est représentée par 1 unité soit 2% de l'échantillon étudié.

Tableau N° 08 : La taille des entreprises enquêtées selon l'effectif employé

Taille d'entreprise	Fréquence	Pourcentage %
TPE (1 à 9 salariés)	24	53%
PE (10 à 45 salariés)	16	36%
PME (50 à 250 salariés)	4	9%
GE (250 à 1600 salariés)	1	2%
TOTAL	45	100%

Source : résultat de notre enquête

2-4- Répartition des entreprises enquêtées selon le domaine d'activité

Notre échantillon est constitué de 45 entreprises appartenant à la même branche d'activité existantes au niveau des wilayas du centre d'Algérie. Comme l'hébergement, restauration, animation, agence de voyage, artisanats, transport.

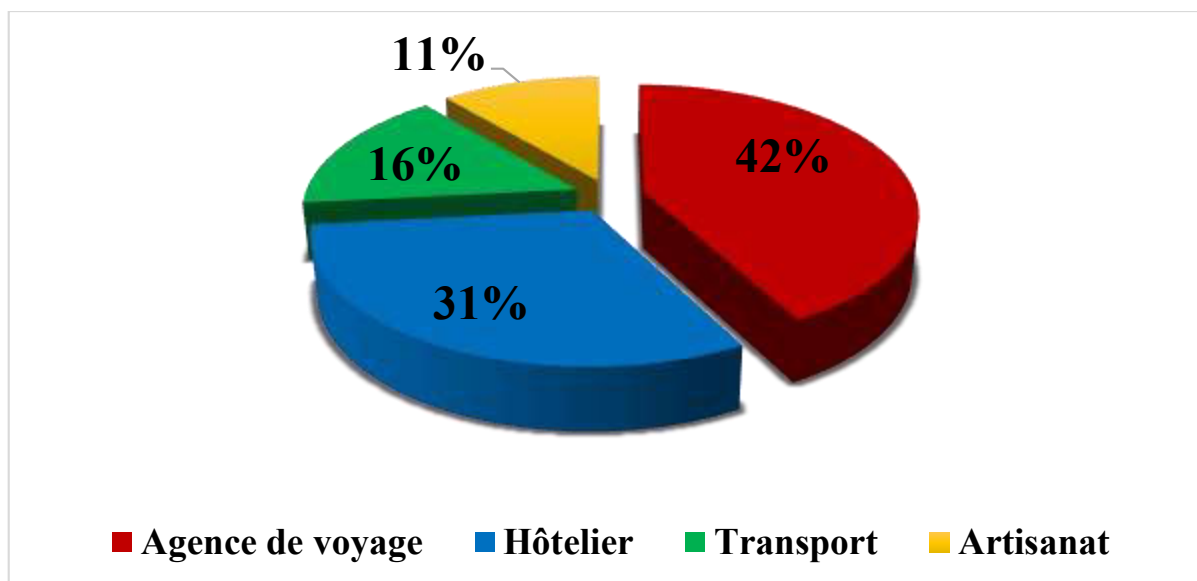
Les entreprises enquêtées, comme la montre la figure N° 06 couvrent les différents domaines d'activité existants.

Tableau N°9 : La répartition selon le domaine d'activité

Domaine d'activité	Fréquence	Pourcentage
Agence de voyage	19	42%
Hôtelier	14	31%
Transport	7	16%
Artisanat	5	11%
Total	45	100%

Source : résultat de notre enquête

Figure N° 06 : Répartition des entreprises enquêtées selon le domaine d'activité



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

Au lecteur de la figure N° 06 nous constatons que notre échantillon constitué six (06) domaine d'activité, la plus grande fréquence revient au domaine d'agence de voyage avec 42%, soit 31% des entreprises enquêtées suivi du domaine hôtelier, la troisième position et pour le service transport avec 16% et enfin 11% pour le domaine d'artisanat.

Remarque : Les services (*restauration, hébergement, animation*) à parétienne au même domaine qui est le service hôtelier.

2-5-Parcours professionnelle

Le parcours professionnel peut avoir une grande incidence dans l'orientation d'entrepreneur et le choix de son domaine d'activité, dans le présent paragraphe, nous allons présenter les professions antérieures des entreprises enquêtées.

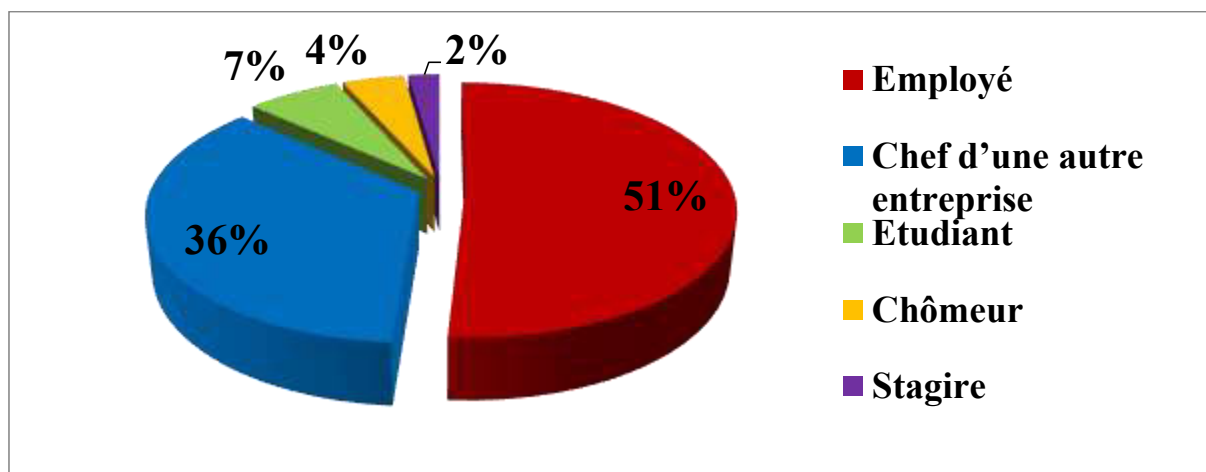
2-5-1 La situation ou l'activité socio professionnelle avant la création d'entreprise

Tableau N°10 : Le domaine d'activité des entrepreneurs

Type d'entrepreneur	Fréquence	Pourcentage
Employé	23	51%
Chef d'une autre entreprise	16	36%
Etudiant	3	7%
Chômeur	2	4%
Stagire	1	2%
Total	45	100%

Source : résultat de notre enquête

Figure N°07 : L'activité socio professionnelle avant la création de l'entreprise



Source : réalisé par nos soins à partir des résultats

Pour la majorité des entrepreneurs enquêtés 39 personnes (soit 87%) ont déjà travaillé avant la création de leurs propre entreprises, contre 13% du total d'entrepreneurs qui n'ont pas d'expériences au mode du travail, ils étaient en chômage ou bien entraine de continuer leurs études au donne une période de stage.

3- Motivations à la création et à l'investissement

Les motivations sont des facteurs qui déterminent le comportement, elles sont considérés comme les raisons profondes qui amènent quelqu'un agir plusieurs motivations peuvent mener à la création d'entreprise, à travers notre enquête nous allons voir :ce qui avait poussé les entrepreneurs a créé leur projets, ce qui avait déclenché le processus de création de leur entreprise, ce qui avait déterminé le choix de domaine d'activité, les caractéristiques favorisant le succès de la personne en affaire et enfin les opportunités environnementales qui

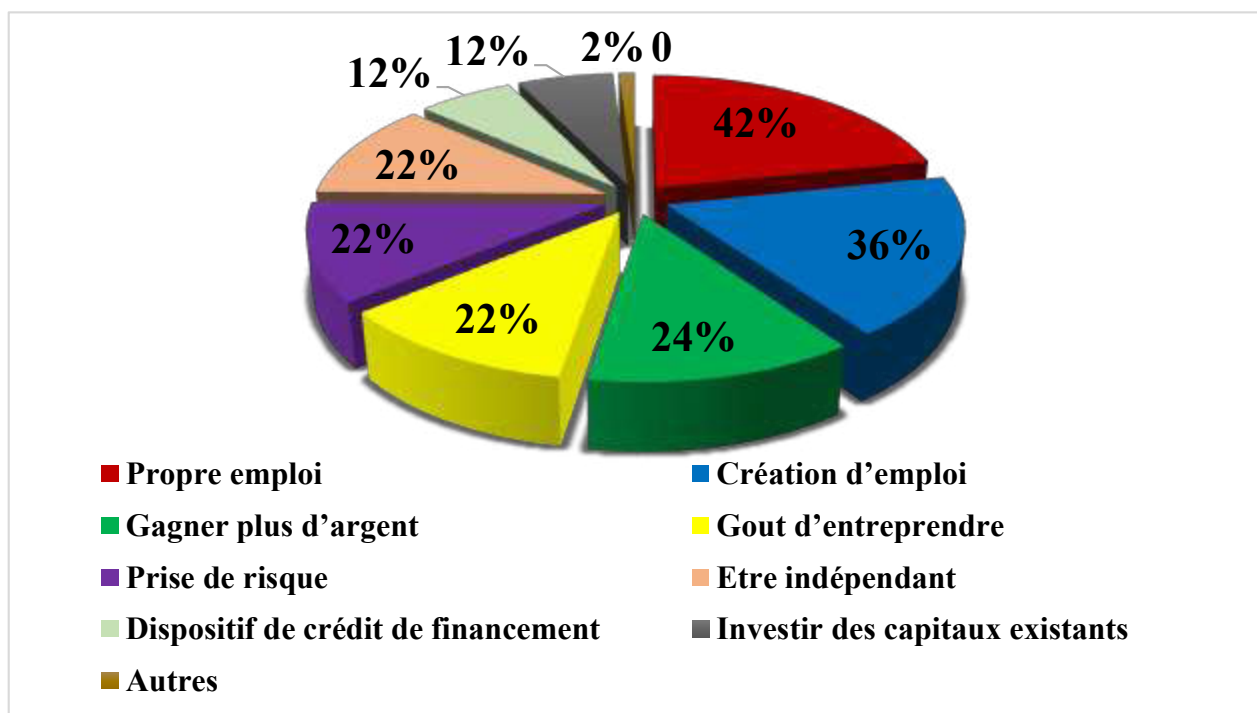
ont favorisé la création dans le but de cerner les principales motivations et de répondre à notre question centrale « *quels sont les déterminants de développement de l'esprit entrepreneurial dans le domaine de tourisme en Algérie* » ?.

3-1- Principales motivations de l'entrepreneur

L'entrepreneur est généralement doté d'un fort sentiment d'indépendance et d'autonomie et un besoin d'être son propre chef, pour réaliser ces rêves et ambitions chose qui se confirme d'après les résultats de notre enquête, 19 entrepreneurs 42% ont affirmé avoir créé leur entreprise dans le but d'assurer leur propre emploi, ne subite aucune autorité et ne pas avoir des ordres d'un supérieur hiérarchique « *améliorer la situation familiale* » est citée en seconde lieu par but de création d'emploi et la réduction de chômage avec 36% en troisième position par but de gagner plus d'argent avec 24% après le but de goute d'entreprend et prise de risque et d'être indépendant avec 22% pour chacune.

Après il vient le but de dispositif de crédit de financement et investir des capitaux existante avec 12% pour chacune et enfin autres avec 2%.

Figure N°8 : les principales motivations de l'entrepreneur



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

3-2- Parcours professionnel

Le parcours professionnel peut avoir une grande incidence dans l'orientation de l'entrepreneur et le choix de son secteur d'activité, dans le présent paragraphe, nous allons présenter les professions antérieures des entrepreneurs enquêtés.

3-2-1- La situation (l'expérience professionnelle antérieure)

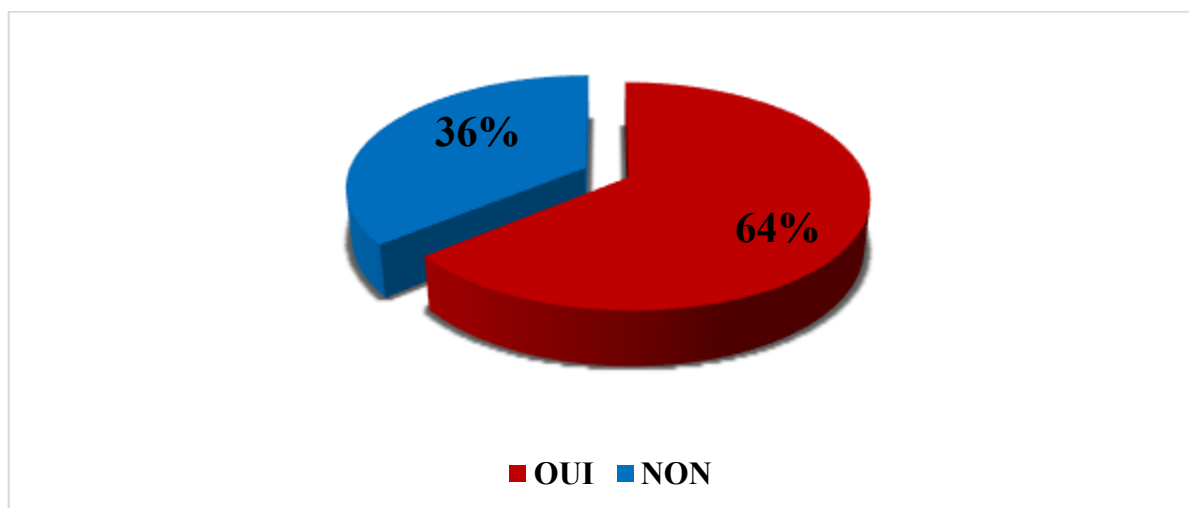
Pour la majorité des entrepreneurs enquêtés 29 personnes soit 64% ont déjà travaillé avant la création de leur propres entreprises ayant des expériences professionnelles antérieures contre 36% du total d'entrepreneurs qui n'ont pas d'expérience au mode de travail, ils étaient en chômage ou bien entraînés de continuer leurs études qui représentent 16 entrepreneurs.

Tableau N°11: La situation professionnelle antérieure

La situation professionnelle antérieure	OUI	NON
Pourcentage	64%	36%

Source : réalisée par nos soins à partir des résultats

Figure N° 09 : Présentations de la situation (l'expérience) professionnelle antérieure



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

3-3-Secteur d'activité d'origine avant la création de l'entreprise

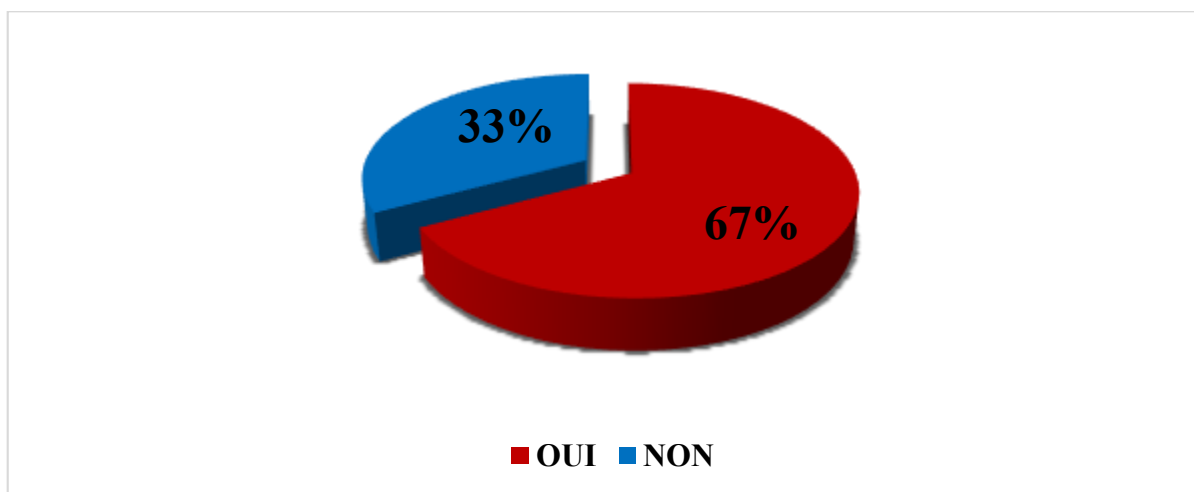
Lors de notre enquête et des entretiens avec les entrepreneurs, nous avons remarqué que dans leur majorité ils ont créé leur entreprise dans le même secteur dont lequel ils avaient précédemment exercé 67% (30 entrepreneurs du total enquêté) signalent avoir travaillé et acquis suffisamment des compétences techniques dans le secteur touristique même que celui où ils ont créé leur entreprise contre 15 entrepreneurs soit 33% qui n'ont pas travaillé dans le même secteur avant le lancement de l'entreprise.

Tableau N°12 : La répartition de secteur d'activité d'origine avant le lancement de l'entreprise

Le secteur d'activité avant la création d'entreprise	OUI	NON
Pourcentage	67%	33%

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

Figure N°10 : Répartition de secteur d'activité d'origine avant le lancement de l'entreprise.



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

A travers la figure N°10 : nous pouvons remarquer que les entrepreneurs enquêtés avaient principalement l'expérience professionnelle dans le domaine de tourisme, (*agence de voyage location de voiture, restauration, hôtelier*), ils sont au nombre de 30 soit 67%.

Par contre les entrepreneurs artisans : caractérisé par 5 entrepreneurs soit 11% de total généralement étaient des entrepreneurs en chômage et qui ont suivi une formation professionnelle pour acquérir le métier et le diplôme dans le domaine d'artisanat le reste soit dix(10) entrepreneurs qui représentent 22% ils sont entrain de fonder un emploi.

3-4- Position des entrepreneurs dans l'entreprise créée

Parmi les entrepreneurs enquêtés qui ont exercé des professions avant la création de l'entreprise 33 avaient leur propres entreprises soit 73% de total d'entrepreneurs qui étaient propriétaire, des entités antérieurs 12 entrepreneurs qui sont des directeurs générales qui représentent 27%.

Tableau N° 13 : La position des entrepreneurs dans l'entreprise créée

La position dans l'entreprise	Fréquence	Pourcentage
Propriétaire	33	73%
Directeurs générales	12	27%
Total	45	100%

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

3-5- L'origine de l'idée de création de l'entreprise

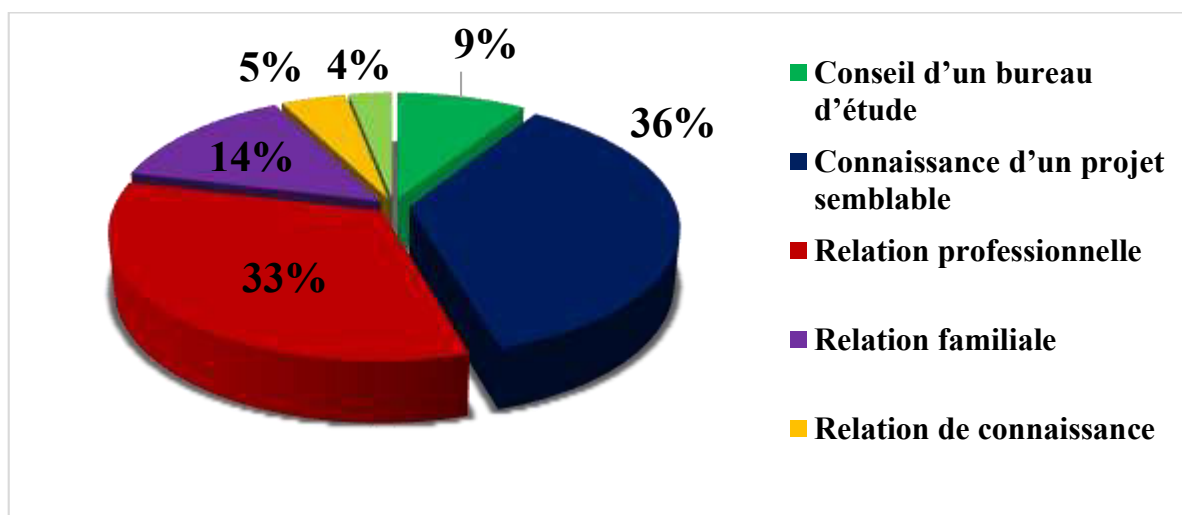
Pour les entrepreneurs enquêtés, il n'y pas une seule raison qui pour eux leurs à faciliter a amenés à prendre leur décisions.

Ainsi nous constatons que les réseaux informels dominent car peu d'entrepreneurs, six(06) entrepreneurs soit (9%) des enquêtés ont reconnu aux bureaux d'études pour les orienter ou pour les conseiller par contre l'appui de la famille, amis est très apparents ce qui nous amène au rôle de milieu sociale, dans la création d'entreprises 24 entrepreneurs soit 36% des enquêtés connaissent des projets similaires ou semblable, de là nous constatons l'importance du phénomène d'imitation, en deuxième lieu, nous trouvons 22 entrepreneurs soit 33% des enquêtés créé l'entreprise à cause des relations professionnelle.

La réponse « *relation familiale* » avec 14% soit 9 entrepreneurs, et les relations de connaissance avec 3 entrepreneurs, soit 5%.

Enfin, la variable autres avec 2 entrepreneurs soit 4% avaient l'idée l'entreprise par l'envie de développer le savoir-faire.

Figure N° 11 : L'origine de l'idée de création



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

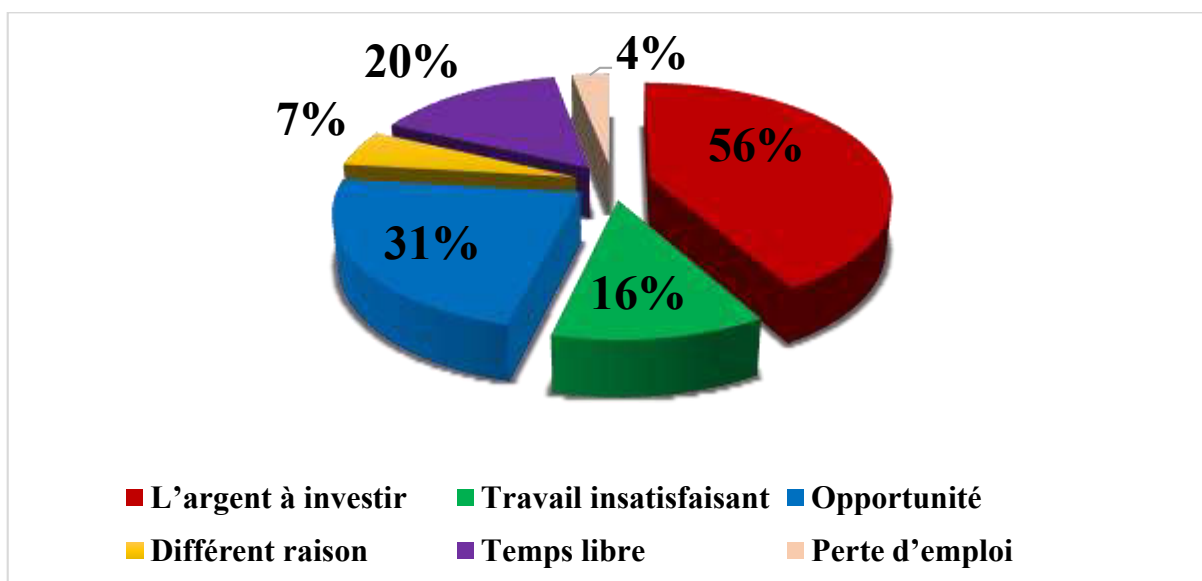
3-6 - Situations qui ont déclenché le processus de création de l'entreprise

Les résultats illustrés par la figure N°12 indique que 56% des enquêtés soit 25 entrepreneurs ont lancé leur entreprises par ce qu'ils avaient de l'argent à investir qui proviennent essentiellement de l'Épargne personnelle et de capitaux familiaux, d'autres enquêtées soit 7 entrepreneurs déclarent que le point de départ dans leur création soit 16% estiment que leur travail étaient insatisfaisant, c'est la raison pour laquelle ils ont décidé de créer leurs entreprises, 14 entrepreneurs soit 31% créé leur entreprises pour différents opportunités 3 entrepreneurs soit 7% créé leurs entreprises pour différents raisons.

Ex : **chômage** :

9 entrepreneurs soit 20% ont un temps libre essentiellement étaient des retraités soit 2 cas (4%) s'engagent dans la création d'entreprises parce qu'ils ont perdus leurs emplois.

Figure N° 12 : Situations qui ont déclenché le processus de création



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

Le résultat trouvé pour cette question (56% représente l'argent à investir) renvoi aux motivations de type économique cité dans la partie théorique d'où les principales sont ressources financiers, la disposition d'un capital financier de départ encourage l'entrepreneuriat.

3-7- Recours à la réalisation d'une étude de marché

A la réponse de la question N° 11 « avez-vous réalisé une étude de marché pour estimer les chances de réussite de votre projet » soit 40 qui ont fait de l'étude de marché qui représentent 89% contre 5 entrepreneurs soit 11% qui n'ont pas fait une étude de marché.

Tableau N° 14 : Nombre des entrepreneurs qui ont fait l'étude de marché

Réponse	Fréquence	Pourcentage (%)
Oui	40	89%
Non	5	11%
TOTAL	45	100%

Source : résultats de notre enquête

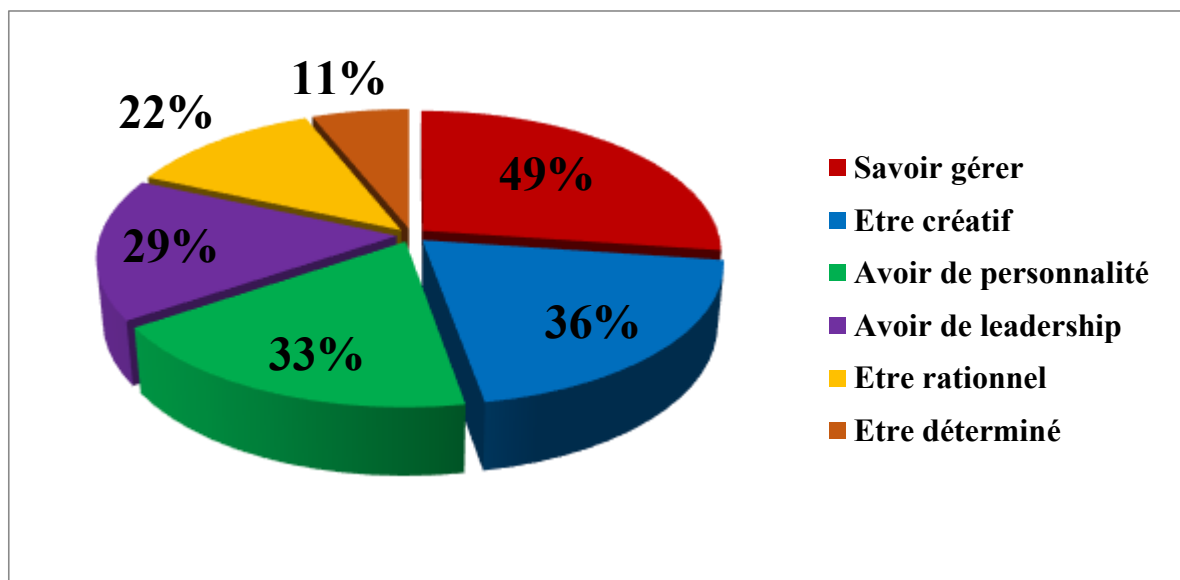
3-8 Caractéristiques favorisant le succès des entrepreneurs dans le monde de l'affaire

La figure N° 13 nous donne les caractéristiques qui ont une plus grande importance dans le succès de la personne en affaire, selon les entrepreneurs enquêtés la caractéristique la plus importante pour connaître le succès en affaire est « savoir gérer » avec un taux de 49% suivi par « être créatif » avec 36% et avoir un personnalité avec un taux de 33%.

En effet l'entrepreneur doit nécessairement avoir ces caractéristiques s'il veut réellement se maintenir dans l'activité entrepreneuriale.

« Avoir de leadership » « être rationnel » et « être déterminé » sont cités respectivement dans 29%, 22% et 11% des cas étudiés, cela s'explique par le fait que certains entrepreneurs intégrant les notions d'innovation et de risque dans le processus entrepreneurial.

Figure N° 13 : Caractéristiques favorisant le succès des entrepreneurs



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

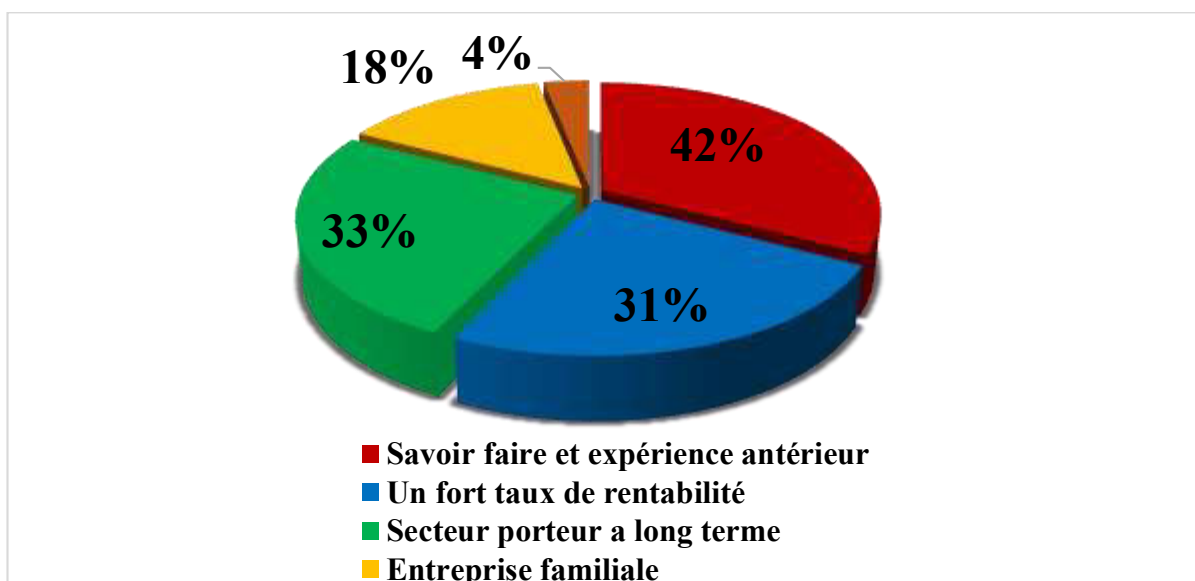
3-9 Facteurs qui ont aidé dans le choix de secteur d'activité

La figure N° 14 présente les facteurs qui ont aidé les entrepreneurs à choisir le secteur d'activité, nous constatons que le facteur principal est l'existence du savoir-faire et d'expériences antérieures avec un taux de 42%.

En effet, la majorité des entrepreneurs ont signalé avoir acquis suffisamment d'expérience et de savoir-faire dans le même secteur d'activité que celui qu'ils ont créé leur entreprise.

Certains entrepreneurs avec un taux de 31 % des enquêtés ont déclaré d'avoir choisi un secteur qui est caractérisé par un fort taux de rentabilité, de plus 33% des entrepreneurs pensent que leur choix est déterminé par le fait que le secteur d'activité porteur à long terme, enfin 18 % des entrepreneurs ont déclaré que les entreprises sont des entreprises familiales, 4% des enquêtés ont affirmé que leur secteur d'activité est vierge (*ça veut dire pas de concurrent*).

Figure N° 14 : Facteurs de choix de secteurs d'activité



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

3-10 Raisons contribuant au choix de dimension du projet

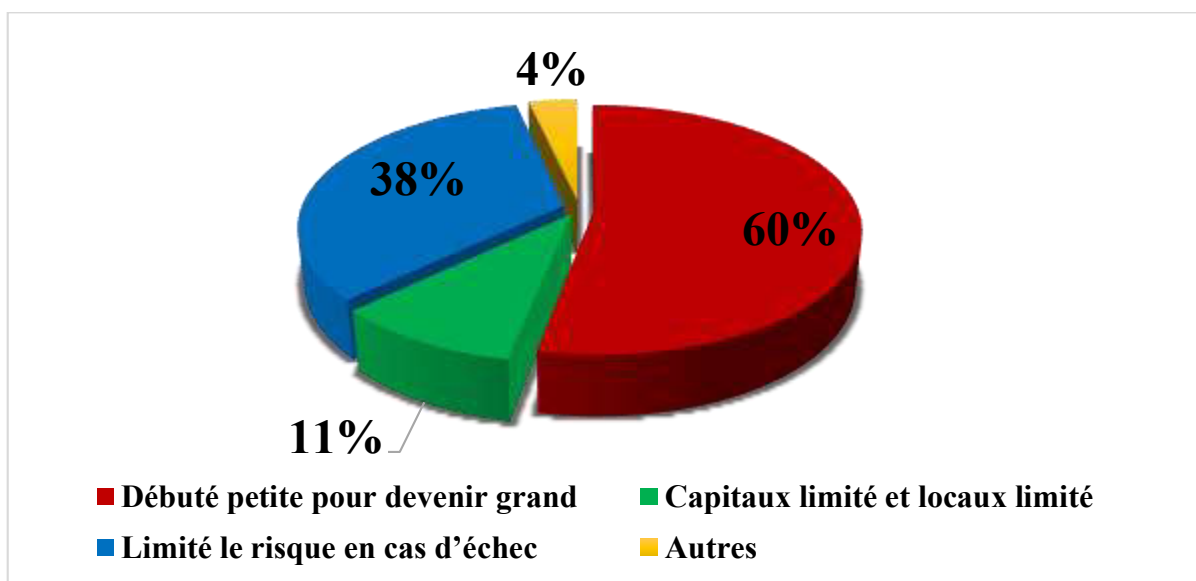
Les majorités des entrepreneurs enquêtés ont créé des entreprises des petites dimensions lorsqu'ils ont décidés de se lancer en affaire, comme nous l'avons déjà vu dans le tableau N°08 part des micros entreprises est de 53%.

Les résultats de la figure N° 15 montrent les raisons qui ont contribués au choix de la dimension de projet.

Avis soit 53% des enquêtés ont déclaré avoir créé des micros entreprises et des petites entreprises afin de mieux gérer l'entreprise et limiter les risques en cas d'échec, pour eux « débiter petite pour devenir grand » et la raison principale du choix de la dimension, ils disent que c'est avec le temps, la part avec 60% soit 27 entrepreneurs et la bonne organisation que l'entreprise grandit.

5 entrepreneurs soit un taux de 11% ont déclaré qu'ils n'ont pas les capitaux nécessaires pour se lancer dans une grande entreprise, ce qui renvoie à la difficulté de financement, d'autres soit 38% des enquêtés ont considéré que « limiter les risques en cas d'échec » est aussi une raison importante dans le choix de la petite dimension et 4% des réponses étaient pour la raison autres.

Figure N°15 : Raisons contribuant au choix de dimension du projet



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

3-11 Opportunités environnementales favorisant la création

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

A la lecture de la figure N° 16, nous pouvons remarquer que 13% des entrepreneurs de secteurs touristiques enquêtés ont répondu pour le facteur de la proximité d'autres d'activités, ce qui présente des atouts, certaines et favorise des contacts directs avec les autres entrepreneurs, ce qui permet la circulation d'information concernant le processus de production, le produit, le marché, cette proximité permet également de bénéficier d'une certaine publicité, la proximité permet également de discuter des différents problèmes rencontrés, par les entrepreneurs concernant les aménagements, l'alimentation en énergie et les problèmes de foncier.

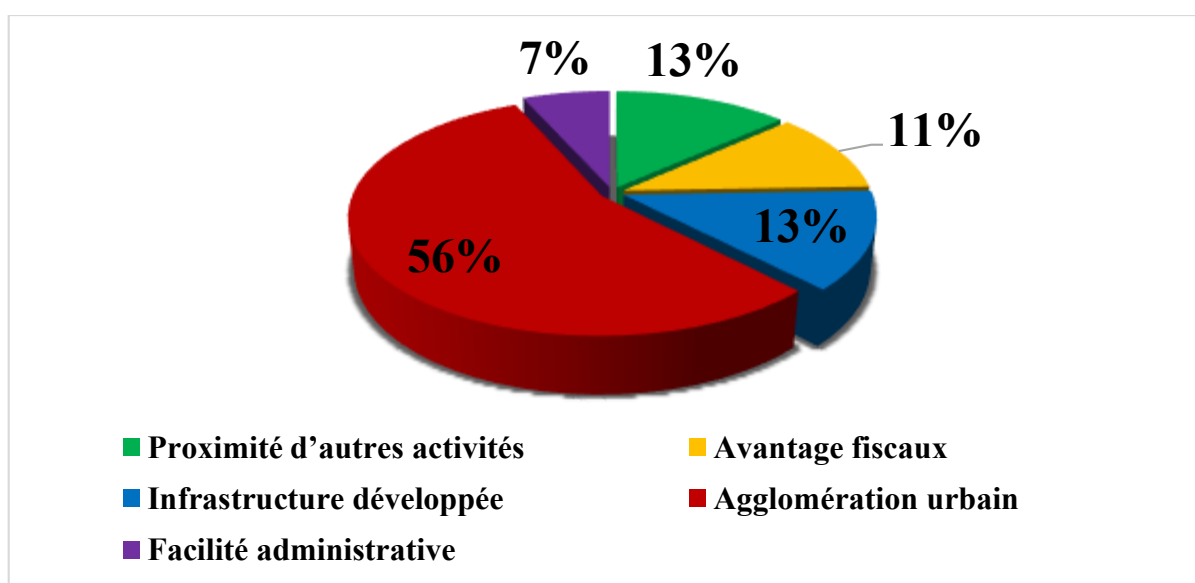
De là nous pouvons voir que la proximité géographique est un élément stimulant la création d'entreprises pour d'autres, soit 56% des entrepreneurs ont localisé leurs activités dans les agglomérations urbaines, cela s'explique par les avantages qui se présentent au sein des agglomérations, 11% étaient pour la réponse « *avantage fiscaux* » selon les entrepreneurs enquêtés 13% explique par l'infrastructure développées mais aussi la facilitation administrative avec 7%.

Tableaux N°15 : Opportunités environnementaux favorisant la création d'entreprise

opportunités environnementales favorisant la création	Fréquence	Pourcentage
Proximité d'autres activités	6	13%
Avantage fiscaux	5	11%
Infrastructure développée	6	13%
Agglomération urbain	25	56%
Facilité administrative	3	7%
Total	45	100%

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

Figure N° 16 : Opportunités environnementales favorisant la création



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

3-12- L'attachement à la région

35 entrepreneurs soit 78% déclaré que l'attachement à la région est très important contre 9 entrepreneurs soit 20% dit qu'il est important, 1 entrepreneur soit 2% déclaré que l'attachement pas important.

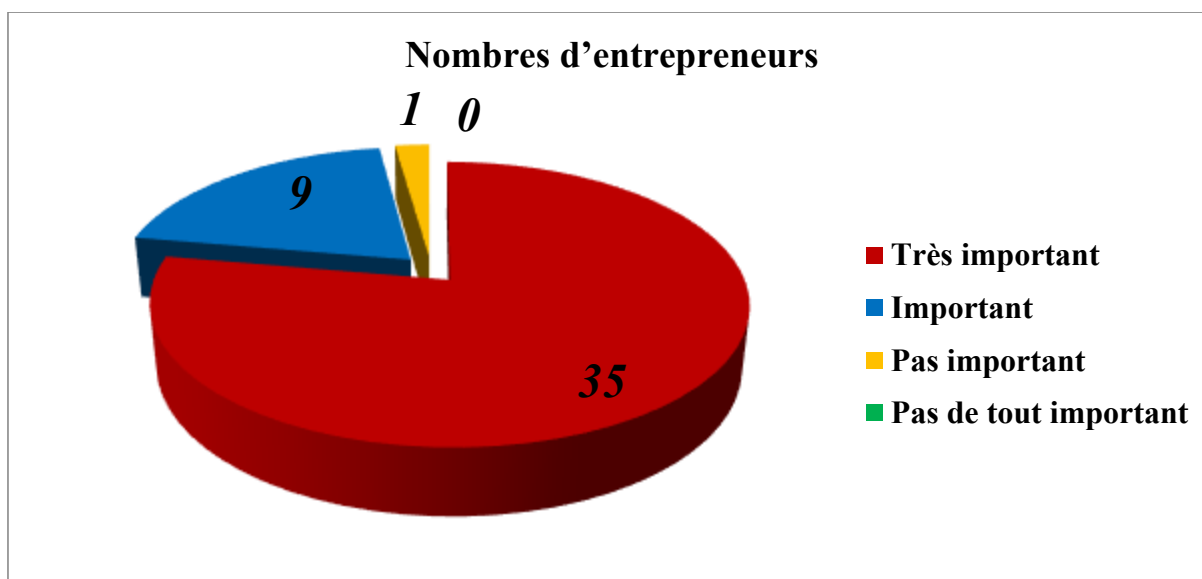
Enfin la variable pas de toute importance avec 0%

Tableau N°16 : représente l'attachement à la région

L'attachement à la région	Nombres d'entrepreneurs	Fréquence
Très important	35	78%
Important	9	20%
Pas important	1	2%
Pas de tout important	0	0%
TOTAL	45	100%

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

Figure N°17 : L'attachement à la région



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

3-13 Facteurs ayant déterminé le choix de lieu de l'investissement

La figure N° 18 présente les facteurs qui ont aidés les entrepreneurs à choisir le lieu de l'investissement. Nous constatons que le facteur principal est la proximité d'un centre urbain avec un taux de 38%, qui représentent 29 entrepreneurs.

En effet, la majorité des entrepreneurs soit 27 qui représentent 36% ont signalés que le choix de lieu de l'investissement, est la proximité de l'infrastructure de transport (route national). 14 entrepreneurs avec un taux de 18% des enquêtes ont déclarés d'avoir choisi le lieu de l'investissement par la proximité de la mer.

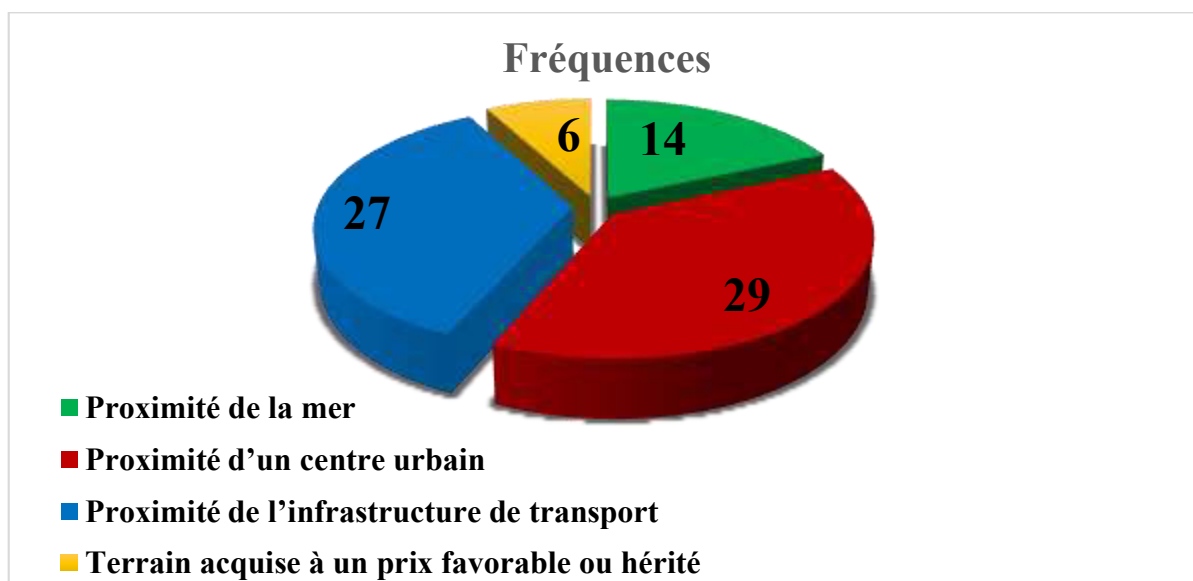
Enfin 6 entrepreneurs soit 8% pensent que leur choix est déterminé par terrain acquis à un prix favorable ou hérité ensuite la raison autres avec 0%.

Tableau N°17 : Facteurs ayant déterminé le choix de lieu de l'investissement

Facteurs ayant déterminé le choix de lieu de l'investissement	Fréquences	Pourcentage
Proximité de la mer	14	18
Proximité d'un centre urbain	29	38
Proximité de l'infrastructure de transport	27	36
Terrain acquise à un prix favorable ou hérité	6	8
Total	76	100

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

Figure N° 18 : Déterminants du choix de lieu de l'investissement



Source : résultat de notre enquête

3-14- Facteurs qui ont à l'origine de la localisation de l'entreprise

La figure N° 19 présente les facteurs qui ont à l'origine de la localisation de l'entreprise, nous constatons que le facteur principale est le secteur choisit est vierge Avec un taux de 43% en effet la majorité des entrepreneurs ont signalés que le facteur de la localisation est la proximité d'un nombre important d'entreprise du même secteur qui représente 27%. Certaine entrepreneurs avec un taux de 17% des enquêtés ont déclaré que c'est la proximité d'un nombre important d'entreprise clients, 10% de totale des entrepreneurs poncent que c'est la proximité d'un nombre important d'entreprise dans le secteur est complémentaire.

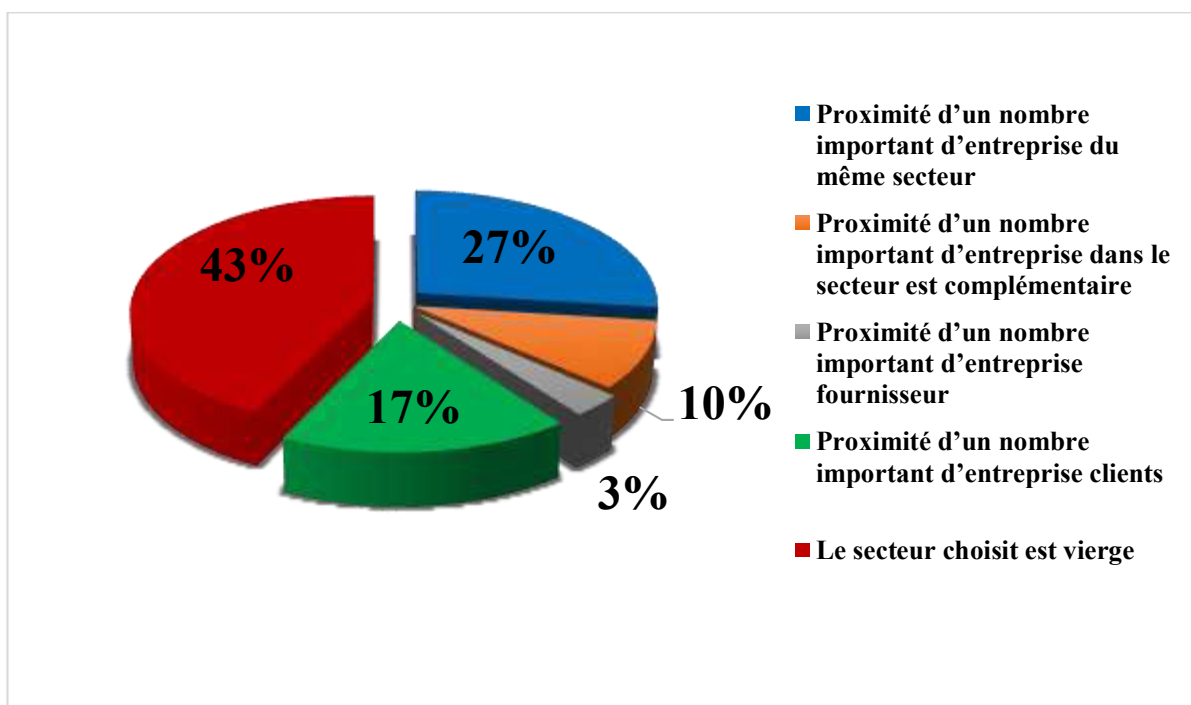
Enfin 3% on voit que c'est la proximité d'un nombre important d'entreprise fournisseur.

Tableau N°18 : les facteurs qui ont à l'origine de la localisation de l'entreprise

Les facteurs qui ont à l'origine de la localisation de l'entreprise	Fréquences	Pourcentage
Proximité d'un nombre important d'entreprise du même secteur	17	27%
Proximité d'un nombre important d'entreprise dans le secteur est complémentaire	6	10%
Proximité d'un nombre important d'entreprise fournisseur	2	3%
Proximité d'un nombre important d'entreprise clients	11	17%
Le secteur choisit est vierge	27	43%
Total	63	100%

Source : résultats de notre enquête

Figure N° 19 : Facteurs qui ont à l'origine de la localisation de l'entreprise



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

3-15- Structure de financement initial des entreprises enquêtées :

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, le problème de financement et la disponibilité des capitaux est le premier obstacle auquel l'entrepreneur est confronté d'une manière générale.

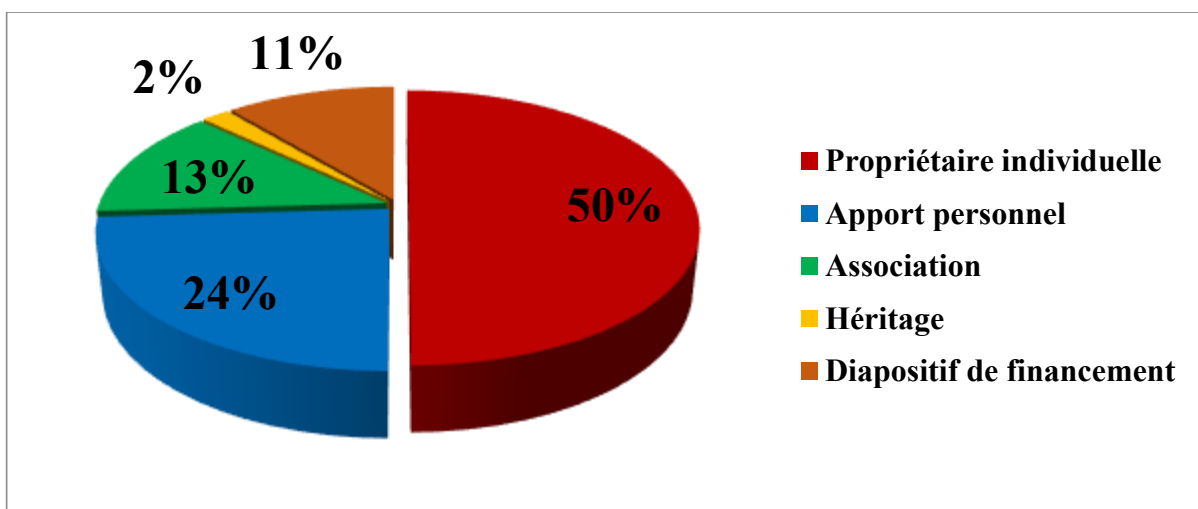
De fait des difficultés d'accès à des prêts bancaires, l'entrepreneur recourt à des voies informelles pour rassembler les capitaux nécessaires.

Tableau N° 19 : Structure de financement des entreprises

La structure de financement	Fréquences	Pourcentage
Propriétaire individuelle	27	50%
Apport personnel	13	24%
Association	7	13%
Héritage	1	2%
Diapositif de financement	6	11%
Totale	54	100%

Source : résultat de notre enquête

Figure N° 20 : Structure de financement initial des entreprises enquêtées



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

Selon les résultats de notre enquête, les capitaux initiaux investis, proviennent essentiellement de propriétaire individuelle soit 50% en suit 24% provin de l'apport personnelle après il vient la structure de héritage avec 2%,11% caractérise le dispositif de financement et 13% caractérise l'association.

3-16 L'apport de la banque dans le capital investir

A la réponse de la question « *quel est l'apport de la banque dans le capital investir ?* ». Nous avons parmi les 45 entrepreneurs enquêtés 3 entrepreneurs eux 7% qui ont demandé l'aide d'une banque avec un pourcentage inférieur à 30% et 5 entrepreneurs soit 11% qui ont apporté un pourcentage plus de 50%, et 5 entrepreneurs soit 11% qui ont apporté un pourcentage de 30% à 50%, le reste des entrepreneurs 32 eux 71% sans réponse.

Tableau N° 20 : Nombre des entrepreneurs qui ont apporté de la banque

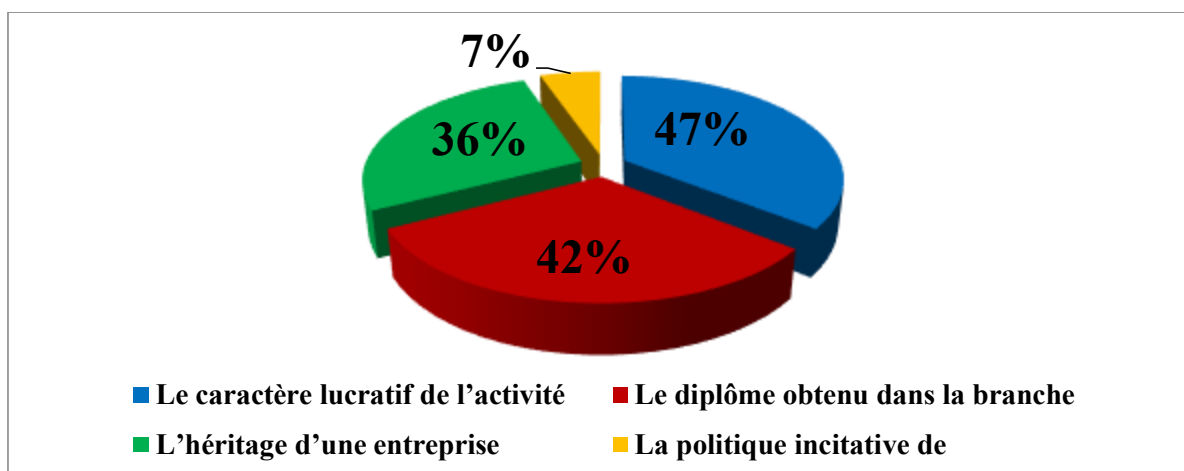
Pourcentage	Fréquences	Pourcentage %
Inférieur à 30 %	3	7 %
De 30 % à 50 %	5	11 %
Plus de 50 %	5	11 %
Sans réponse	32	71 %
TOTAL	45	100 %

Source : résultat de notre enquête

3-17- Facteurs ayant déterminés le choix de ce type d'investissement :

La figure N° 21 présent les facteurs qui ont déterminé le choix de type d'investissement soit 26 entrepreneurs qui représentent 47% déclaré que c'est le caractère lucratif de l'activité et 23 entrepreneurs dit que c'est le diplôme obtenue dans la branche avec 42% ,2 entrepreneurs soit 36% dit que c'est l'héritage représentent , 4 entrepreneurs soit 7% dit que c'est la politique incitatif de l'état.

Figure N° 21 : Facteurs ayant déterminés le choix de ce type d'investissement



Source : résultat de notre enquête

3-18 Difficultés entravant la création d'entreprises

A travers notre enquête, nous avons constaté que les entrepreneurs de secteur touristique sont soumis à plusieurs contraintes, les principaux obstacles rencontrés par les entrepreneurs enquêtés sont présentés dans le tableau N° 21.

Tableau N°21 : Principales contraintes rencontrées

Type de contraintes	Fréquences	Pourcentages %
Problème de l'obtention de l'agrément	2	4,44%
Contraintes administratives	10	22%
Reste bon à découvrir	1	2,22%
Problème de l'obtention de système	1	2,22%
Manque de l'infrastructure	1	2,22%
Le voisinage	2	4,44%
L'indifférenciation dans l'offre des services	2	4,44%
La rivalité (budget serré)	3	7%
Sans réponse	23	51%
TOTAL	45	100%

Source : résultat de notre enquête

Le tableau N° 21 montre que 22% des enquêtés ont déclaré que les contraintes administratives et réglementaires désavantagent l'initiative des entreprises touristiques et limitent par conséquent la volonté des entrepreneurs débutant, certains entrepreneurs soit 7% ont déclarés la rivalité de l'agrément et 4,44% aussi pour le problème de voisinage, encore 4,44% pour le problème l'indifférenciation dans l'offre des services. D'autre contraintes ont été avancé par les entrepreneurs problème de l'obtention de système Amadeus avec 2,22%, soit 2,22% qui déclenchant que le problème est le manque de l'infrastructure et reste bon à découvrir avec 2,22%.

4- Les tirs croisés entre les variables

4-1- Les tris croisés entre la variable (*les motivations à la création*) et la position de l'entrepreneur dans l'entreprise

Tableau N°22 : La variable les motivations à la création et la position de l'entrepreneur dans l'entreprise

Les motivations à la création	Le position dans l'entreprise			
	Propriétaire		Directeur générale	
	Nombre	pourcentage	Nombre	Pourcentage
Vous propre emploi	14	25%	5	31%
Etre indépendant	8	14%	2	13%
Investir des capitaux existants	3	5%	1	6%
Création d'emploi	10	18%	3	19%
Goût d'entreprendre et pris de risque	6	11%	2	12%
Gagner plus d'argent	11	20%	2	12%
Dispositif de crédit de financement	4	7%	1	6%
TOTAL	56	100%	16	100%

Source : résultat de notre enquête

14 entrepreneurs (soit 25%) qui sont des propriétaires ont été motivés dans la création de l'entreprise, par le vouloir de créer son propre emploi.

11 entrepreneurs (soit 20%) qui sont des propriétaires ont été motivés dans la création de l'entreprise, par le vouloir de gagner plus d'argent.

5 entrepreneurs (soit 31%) qui sont des directeurs générale ont été motivés dans la création de l'entreprise, par le vouloir de créer son propre emploi.

3 entrepreneurs (soit 19%) qui sont des directeurs générale ont été motivés dans la création de l'entreprise, par le vouloir de créer l'emploi.

4-2- Les tris croisés entre la variable activité socio professionnelle avant la création de l'entreprise et l'expérience professionnelle antérieure

Tableau N°23 : La variable activité socio professionnelle avant la création de l'entreprise et l'expérience professionnelle antérieure

L'expérience professionnelle antérieure	L'activité socio professionnelle avant la création de l'entreprise									
	Employé		Etudiant		Chômeur		Stagiaire		Chef d'une entreprise	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	nombre	%
Oui	15	65	1	33	1	50	1	100	11	69
Non	8	35	2	67	1	50	0	0	5	31
Totale	23	100	3	100	2	100	1	100	16	100

Source : résultat de notre enquête

15 entrepreneurs soit 65% eux des expériences professionnelle antérieure qui ont été des employé avant la création de l'entreprise.

11 entrepreneurs soit 69% eux des expériences professionnelle antérieurs qui ont été des chefs d'entreprise avant la création de l'entreprise.

4-3- Les tris croisés entre la variable l'idée de la création de l'entreprise et la variable le travail de l'entrepreneur dans le secteur avant la création :

Tableau N°24 : la variable l'idée de la création de l'entreprise et la variable le travail de l'entrepreneur dans le secteur avant la création

L'idée de la création de l'entreprise	Les propositions			
	Oui		Non	
	Nombre	%	Nombre	%
Conseil d'un bureau d'étude	4	8%	2	14.28%
Connaissance d'un projet semblable	19	38%	5	35.71%
Relation professionnelle	19	38%	3	21.42%
Un nombre de votre famille à crée une entreprise	6	12%	3	21.42%
Quelqu'un que vous connaissez à crée une entreprise	2	4%	1	7.14%
Total	50	100%	14	100%

Source : résultat de notre enquête

(19) entrepreneurs soit 38% qui ont travaillé dans le même secteur avaient l'idée de la création à partir des relations professionnelles.

(19) entrepreneurs soit (38%) qui ont travaillé dans le même secteur avaient l'idée de la création à cause d'une connaissance d'un projet semblable.

(5) entrepreneurs soit (31.71%) qui ont pas travaillé déjà dans le même secteur avait l'aidée de la création à cause d'une connaissance d'un projet semblable.

(3) entrepreneurs soit (21.42%) qui ont pas travaillé déjà dans le même secteur avait l'idée de la création à partir des relations professionnelle.

4-4- Les tris croisés entre la variable les situations qui ont déclenché le processus de la création de l'entreprise et la réalisation des études de marché

Tableau N°25 : la variable les situations qui ont déclenché le processus de la création de l'entreprise et la réalisation des études de marché

Les situations qui ont déclenché le processus de la création de l'entreprise	La réalisation d'une étude de marché			
	Oui		Non	
	Nombre	%	Nombre	%
Argent à investir	25	47 %	0	0 %
Perte d'emploi	1	2 %	0	0 %
Travail insatisfaisant	8	15 %	0	0 %
Temps libre	10	19 %	0	0 %
Opportunité	9	17 %	1	100 %
Total	53	100 %	1	100 %

Source : Résultat de notre enquête

(25) entrepreneurs soit (47%) qui ont réalisé des études de marché ont étaient créé l'entreprise dans le but d'investir de l'argent.

(10) entrepreneurs soit (19%) qui ont réalisé des études de marché ont étaient créé l'entreprise par ce que ils ont de temps libre.

La majorité des entrepreneurs ont étaient réalisés des études de marché par ce que c'est très important pour la réalisation d'un projet sur le marché de travail.

4-5- Les trié croisé entre la variable les opportunités environnementales qui ont favorisé la décision de crée l'entreprise et l'attachement à la région :

Tableau N°26 : la variable les opportunités environnementales qui ont favorisé la décision de crée l'entreprise et l'attachement à la région

Les opportunités environnementale qui ont favorisé la décision de crée l'entreprise	L'attachement à la région							
	Très important		Important		Pas important		Pas de tous importants	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Agglomération urbain important	23	42%	0	0%	0	0%	1	100%
Infrastructure développées	6	11%	1	100%	0	0%	0	0%
Facilité administrative	7	13%	0	0%	0	0%	0	0%
Avantage fiscaux	5	9%	0	0%	0	0%	0	0%
Proximité d'autre activité	14	25%	0	0%	0	0%	0	0%
Total	55	100%	1	100%	0	0%	1	100%

Source : résultat de notre enquête

(23) entrepreneurs soit (42%) qui ont voit que l'attachement à la région est très important qui ont décidé de crée l'entreprise à cause d'une opportunité environnementale qui est l'agglomération urbain important.

(14) entrepreneurs soit (25%) qui ont voit que l'attachement à la région est très important qui ont décidé de crée l'entreprise à cause de proximité d'autre activité. La variable très dominant (*très important*).

L'attachement à la région est très important pour le lancement de projet qui encourage la favorisé la continuation de l'activité entrepreneuriale.

4-6- Les tris croisés entre la variable le travail de l'entrepreneur dans le secteur avant la création et le niveau d'instruction des entrepreneurs :

Tableau N°27 : la variable le travail de l'entrepreneur dans le secteur avant la création et le niveau d'instruction des entrepreneurs

Le travail de l'entrepreneur dans le secteur avant la création de l'entreprise	Moyenne		Secondaire		Universitaire		Formation professionnelle	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Oui	3	60%	3	60%	16	62%	7	77%
Non	2	40%	2	40%	10	38%	2	22%
Totale	5	100%	5	100%	26	100%	9	100%

Source : résultat de notre enquête

(16) entrepreneurs soit (62%) des universitaires ont déjà travaillé dans le même secteur.
 (7) entrepreneurs soit (77%) qui ont travaillé déjà dans le même secteur sont exercés des formations professionnelles.

4-7- Les tris croisés entre la variable les motivations à la création et le sexe des entrepreneurs

Tableau N°28 : la variable les motivations à la création et le sexe des entrepreneurs

Les motivations à la création	Le sexe des entrepreneurs			
	Homme		Femme	
	Nombre	%	Nombre	%
Votre propre emploi	14	24%	5	33.33%
Etre indépendante	8	13%	2	13.33%
Investir des capitaux existants	3	5%	1	6.66%
Création d'emploi	11	19%	2	13.33%
Goût d'entreprendre et prix de risque	9	15%	1	6.66%
Gagner plus d'argent	11	19%	2	13.33%
Dispositif crédit de financement	3	5%	2	13.33%
Total	59	100%	15	100%

Source : résultat de notre enquête

(14) entrepreneurs soit (24%) qui sont des hommes ont été motivés dans la création de l'entreprise par le vouloir de crée son propre emploi.

(5) entrepreneurs soit (33.33%) qui sont des femmes ont été motivés dans la création de l'entreprise par le vouloir de crée son propre emploi.

4-8- Les tris croisé entre la variable l'activité socio professionnelle avant la création de l'entreprise et l'âge des entrepreneurs

Tableau N°29 : la variable l'activité socio professionnelle avant la création de l'entreprise et l'âge des entrepreneurs

L'activité socio professionnelle avant la création de l'entreprise	L'âge des entrepreneurs							
	19-25ans		26-30 ans		31-45ans		Plus de 45ans	
	Nombre	%	Nombre	%	nombre	%	Nombre	%
Employé	2	67%	8	80%	8	42%	5	38%
Etudiant	1	33%	2	20%	0	0%	0	0%
Chômeur	0	0%	0	0%	1	5%	1	8%
Stagiaire	0	0%	0	0%	1	5%	0	0%
Chef d'autre entreprise	0	0%	0	0%	9	48%	7	54%
Total	3	100%	10	100%	19	100%	13	100%

Source : résultat de notre enquête

(8) entrepreneurs soit (42%) des entrepreneurs qui sont des employés ont un âge entre (31-45ans).

(9) entrepreneurs soit (48%) qui sont des chefs d'une entreprise ont un âge entre (31-45ans).

4-9- Les tirs croisés entre la variable l'idée de la création de l'entreprise et la situation matrimoniale

Tableau N°30 : la variable l'idée de la création de l'entreprise et la situation matrimoniale

L'idée de la création de l'entreprise	La situation matrimoniale					
	Marié		Célibataire		Divorce	
	Nombre	%	nombre	%	nombre	%
Conseil d'un bureau d'étude	4	11%	2	8%	0	0%
Connaissance d'un projet semblable	16	42%	8	31%	0	0%
Relation professionnelle	11	29%	11	42%	0	0%
Un nombre de votre famille à crée une entreprise	5	13%	4	15%	0	0%
Quelqu'un que vous connaissez à crée une entreprise	2	5%	1	4%	0	0%
Total	38	100%	26	100%	0	0%

Source : résultat de notre enquête

(16) entrepreneurs soit (42%) qui sont mariés avaient l'idée de la création à partir d'une connaissance d'un projet semblable, mais aussi (11) entrepreneurs soit (2%) qui sont mariés avaient l'idée de la création à partir des relations professionnelles.

4-10- Les tirs croisés entre la variable les situations qui ont déclenché le processus de la création de l'entreprise et l'âge de l'entrepreneur

Tableau N°31 : La variable les situations qui ont déclenché le processus de la création de l'entreprise et l'âge de l'entrepreneur

Les situations qui ont déclenché le processus de la création de l'entreprise	L'âge des entrepreneurs							
	19-25ans		26-30ans		31-45ans		Plus de 45ans	
	nombre	%	nombre	%	nombre	%	Nombre	%
Argent à investir	2	67%	6	75%	12	63%	10	77%
Perte d'emploi	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Travail insuffisant	0	0%	1	12.5%	1	5%	0	0%
Temps libre	0	0%	0	0%	2	11%	1	8%
Opportunité	1	33%	1	12.5%	3	16%	2	15%
Autres	0	0%	0	0%	1	5%	0	0%
Total	3	100%	8	100%	19	100%	13	100%

Source : résultat de notre enquête

(12) entrepreneurs soit (63%) qui ont un âge entre (31-45ans) ont été créé l'entreprise pour investir de l'argent.

(10) entrepreneurs soit (77%) qui ont l'âge plus de 45ans ont été créé l'entreprise dans le but d'investir de l'argent.

▪ **Synthèse des résultats**

D'après les résultats de notre enquête on constate que :

- 42% des entrepreneurs enquêtés sont âgés entre 31 et 45 ans ;
- 54% de cette tranche d'âge est créés leurs entreprise dans le but d'investir de l'argent disponible ;
- 51% des entrepreneurs enquêtés sont mariés ;
- 58% des entrepreneurs enquêtés ont un niveau universitaire ;
- 62% de ces universitaires ont travaillé déjà dans le même secteur ;
- 24% des hommes et 33% des femmes ont été motivé dans la création d'entreprise par le vouloir de créer son propre emploi ;
- la majorité des entreprises enquêtées soit 80% sont créés entre la période 2010-2019 ce qui explique la forte dynamique de création des entreprises ses dernières années ;
- les micro- entreprises comprenant de 1 à 9 salariés représentent 53% des entreprises enquêtées ;
- la plus grande fréquence dans le secteur d'activité revient au domaine d'agence de voyage avec 42% de total ;
- la plupart des entrepreneurs enquêtés soit 51% ont exercé avant comme des employés ;
- la majorité des entrepreneurs enquêtés, soit 64% ont une expérience professionnelle antérieure dans le domaine de tourisme ;
- la majorité des entrepreneurs soit 67% ont travaillé avant dans le même secteur d'activité.
- 73% des entrepreneurs enquêtés sont des propriétaires ;
- 36% des entrepreneurs enquêtés estiment que la connaissance d'un projet semblable ou similaire est l'effet déclencheur de l'idée de créés l'entreprise ;
- 56% des entrepreneurs est lancées leurs entreprises dans le but d'investir de l'argent.
- 89% de total des entrepreneurs qui ont réalisés des études de marché ;
- le facteur principal qui aide dans le choix de secteur d'activité est l'existence du savoir-faire et l'expérience antérieure avec un taux de 42% ;
- l'opportunité environnementale la plus efficace qui favorise la création de l'entreprise est l'agglomération urbaine avec un taux de 56% ;
- 36% des entrepreneurs estiment que le facteur principal de la création de l'entreprise est la proximité d'un centre urbain ;

- 43% des enquêtés estiment que le facteur de localisation le plus dominant est que le secteur choisit soit vierge ;
- 50% des entrepreneurs estiment que le financement des entreprises provient essentiellement de propriétaire individuelle ;
- 47% des entrepreneurs déclarent que le facteur le plus déterminant dans de choix de type d'investissement est le caractère lucratif de l'activité ;
- 22% des entrepreneurs déclarent que le principal obstacle rencontré est la contrainte administrative ;
- 33% de ceux qui ont travaillés déjà dans le même secteur disent que les raisons de l'idée de créer son entreprise sont les relations professionnelles ;
- 58% des entrepreneurs qui n'ont pas travaillés déjà dans le même secteur avaient l'idée de la création à cause d'une connaissance d'un projet semblable ;
- 42% des enquêtés estiment que l'attachement à la région est très important pour l'opportunité environnemental qui est l'agglomération urbain ;
- 16 entrepreneurs soit 42% qui sont mariés ont avaient l'idée de la création à partir des relations professionnelles ainsi que la connaissance d'un projet semblable.

Conclusion

A travers notre enquête, nous n'avons constaté que la plupart des entrepreneurs investie dans des secteurs offrant des taux de rentabilité élevée. Les entreprises enquêtées se caractérisent globalement par leur petite taille (très petite entreprise ou micro entreprise) grâce aux dispositifs d'appui, elles sont nouvellement créés, ou le nombre le plus élevé était entre l'année (2010 et 2019) avec un taux de 80%. Leur forme juridique dominante est l'entreprise individuelle et la SARL.

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

Tout au long de ce travail, nous avons essayé d'apporter des réponses à notre question principale à savoir : quels sont les déterminants de développement de l'esprit entrepreneurial dans le domaine de tourisme en Algérie ? Cas des wilayas du centre d'Algérie.

Nous avons identifié et caractérisé l'entrepreneur touristique des wilayas du centre d'Algérie à partir des résultats de l'enquête que nous avons réalisé auprès d'un échantillon de 45 entrepreneurs touristique de cette zone. Plus précisément, nous les avons interrogés sur les profits personnels, l'origine sociale, la trajectoire professionnelle, les aspects cognitifs et affectifs susceptibles de conditionner leur cheminement et leur prises de décisions, leur motivations et les déterminants de leurs actions et enfin les principales contraintes entravant leurs actes de création.

Pour ce faire, nous avons élaboré un éclairage théorique sur le concept d'entrepreneuriat et celui de l'entrepreneur dont le but d'expliquer la dynamique entrepreneurial.

L'entrepreneuriat est un phénomène qui s'articule autour d'un entrepreneur qui est un individu dotés des caractéristiques spécifiques à lui, ayant des raisons qui le motive à entreprendre et à la création de l'entreprise ; résultat du processus entrepreneurial.

La création de l'entreprise est la manifestation la plus claire de l'entrepreneuriat, qui est le résultat des activités, de l'entrepreneur. Ce processus de création renseigne sur la dynamique entrepreneuriale dans une région, ou dans un pays. Le nombre de création, de développement et de disparitions d'entreprises durant une période donnée sont les principales variables qui permettent d'évaluer l'activité entrepreneuriale ou de mesurer le degré de développement de l'entrepreneuriat dans un pays.

Il ressort de notre enquête que les entrepreneurs sont en majorité écrasante des hommes, ayant un âge mûr entre 31 ans et 45ans, dans la plupart des cas, ils sont à la fois propriétaire et gérants de leurs entreprises.

D'une manière générale, la pluparts des entreprises de notre échantillon ont été créé à partir des années, 2010. La forme juridique dominante est l'entreprise individuelle et la SARL. De plus, nous n'avons constaté que la plupart des entrepreneurs investie essentiellement dans le secteur de tourisme, dans lesquels ils possèdent de savoir-faire et d'expériences antérieurs.

À travers notre enquête, la plupart des entreprises ont été influencé par leurs parents. 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'idée d'entreprendre, du moment que la majorité des entrepreneurs ont affirmé que les relations familiales et personnelles sont à l'origine de l'idée de la création de projet. et la connaissance

d'un 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.

Il ressort également de notre étude que le niveau d'étude des entrepreneurs est élevé pour la majorité, ils ont effectué des études universitaires ou une formation professionnelle. Ils ont déclaré avoir acquis suffisamment d'expériences et de savoir-faire dans le même secteur que celui où ils ont créé leur entreprise. Cette dynamique du secteur de tourisme, d'après notre échantillon, est due pour une large part à la disponibilité des moyennes de financement (*apport personnel et capitaux familiaux*) qui permet aux entrepreneurs de se lancer en affaire. Notre étude montre aussi que les enquêtés sont motivés, principalement dans leur acte entrepreneurial par la création de l'emploi, dont la caractéristique la plus importante pour réussir en affaires est de savoir gérer.

En ce qui concerne l'implantation géographique, l'échantillon révèle une forte concentration spatiale des entreprises enquêtées au niveau des agglomérations urbaines où les infrastructures de base sont développées. Le secteur choisi est vierge et la proximité d'un nombre important de même secteur, cette concentration se justifie par le fait que les potentialités territoriales favorisent la création d'entreprise.

Enfin la création d'entreprise dans les wilayas du centre d'Algérie est la synthèse d'un engagement individuel et d'un environnement qui peut être favorable à l'entrepreneuriat, elle est la résultante d'un ensemble de facteurs liés à l'environnement immédiat de l'entrepreneur (*relation familiales, amicales, et professionnelles*).

L'acte d'entreprendre n'est ainsi simple surtout ici en Algérie. D'après les entretiens menés avec les entrepreneurs, plusieurs contraintes entravant leur processus entrepreneurial qui rendent la durée de création de leur entreprise longue. Ces contraintes peuvent même freiner leur décision. La réalisation d'un projet d'investissement demeure difficile en Algérie vu la complexité du climat des affaires. Les principaux obstacles de l'entrepreneuriat touristique, sont principalement d'ordre administrative et financière (*rigidité des banques*). Les principales propositions, avancées par les entrepreneurs touristiques, enquêtés sont : la souplesse de l'administration et la lutte contre la bureaucratie, les facilités d'accès aux ressources financières et une meilleure implication des banques. Si le secteur touristique est accepté comme acteurs de croissance pour le pays, alors il faut mettre fin aux pratiques discriminatoires, qui existent dans l'accès aux ressources de production, financières et matérielles, sans oublier de citer la pression bureaucratique. Nous souhaitons que ce modeste travail, contribue, dans le domaine de la recherche sur l'entrepreneuriat et apportera une goutte de connaissance dans la mer que représente ce champ de recherche.

Bibliographie

Ouvrages

- **A. Belley** : *les premiers incubateurs de l'entrepreneurship*, Montréal : Fondation de l'entrepreneurship, 1987.
- **A.Fayolle**, évaluation of entrepreneurship education: behavioral performing or intention increasing Int. Entrepreneurship and Small Business.
- **Alain.F** : *entrepreneuriat apprendre à entreprendre* ,5éme édition DUNOD, paris, 2004.
- **BOUTILLIER, (S) et UZUNIDIS, (D)** : *L'entrepreneur, une analyse socioéconomique*, Edition ECONOMICA, paris, 1995.
- **CHERIF(K)** : économie de tourisme un investissement d'avenir pour l'Algérie, édition casbah.
- **Fayolle(A),Filion(L.J)** : *Devenir entrepreneur, des enjeux aux outils*, Paris, village Mondial.
- **Henri, (C)** : *Entrepreneuriat et la création d'entreprise*, Facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise, de Boeck, 4^{er} édition, S.A., 2009.
- **HENRI, (C)** : *entrepreneuriat et création d'entreprise*, 1^{er} édition de Boeck université, Bruxelles.
- **K.E Learned**: *What happened before the organization? A model of organization formation entrepreneurship: theory and practice*, 1992.
- **Krueger, N.F**: *The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability*, *entrepreneurship Theory & practice*, 1993.
- **Mar Chesnay, (J)** : *L'entrepreneuriat*, ECONOMICA, Paris, 1996.
- **MAX, (W)** dans MRP : *Diagramme causes-effet*, 1930.
- **MAX, (W)**: *The Protestant Ethic and the spirit of capitalism*, New York, Scribner, 1930.
- **MELBOCI.(L)** : *le capital social et le comportement innovateur de l'entrepreneur algérien*, communication au colloque international sur l'entrepreneuriat et la PME, Belgique, octobre, 2008.
- **P.A Julien et M Marchesnay** : « *L'entrepreneuriat* », Edition Economica, Paris, 1996.
- **SADI, (N-E)**, « *la privatisation des entreprises publiques en Algérie* », Ed OPU, Algérie.
- **W.B.Gartner** "A Conceptual frame Work for describing the phenomenon of new venture creation". *Academy of Management Review* 1985.
- **WITTERWULGHE, (R)** : *La PME, une entreprise humaine*, Boeck université, 1998.

Thèses et Mémoires

- **ABDLFETAH, (s) et ABERBOUR, (K)** : *Les déterminants de l'intention entrepreneurial chez les étudiants* : cas des étudiants de l'université de Bejaia, Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme de Master en sciences économiques, université Abderrahmane Mira, Bejaia, 2013-2014.
- **ABIDAT, (N)** : *l'intention de l'entrepreneuriat féminin, cas des étudiantes de fin de cycle de l'université de Bejaia*, Mémoire de Master II, Juin 2014.
- **AT SAID, (S)** : *Analyse entrepreneurial et création d'entreprise dans la wilaya de Bejaia*, Mémoire de fin de cycle pour l'obtention du Diplôme de Master en sciences de gestion, Université Abderrahmane Mira de Bejaia, 2015.
- **BENATA, (M)**, *Influence de la culture et de l'environnement sur l'intention entrepreneuriale cas de l'Algérie*, thèse de doctorat en science économique, université Abou BEKR BELKAID Tlemcen, 2014-2015.
- **BERBER, (N)** : *entrepreneuriat en Algérie*, Mémoire de Magister en management, université d'Oran, 2014.
- **BOURABAH, (K), et DAF, (F)** : *formation, emploi et dynamique entrepreneuriale de l'activité touristique : cas de la wilaya de tiziouzou*, Mémoire de Master en sciences économiques, 2014-2015.
- **Bourguiba(M)** : *de l'intention a l'action entrepreneuriale : approche comparative auprès de TPE françaises et tunisiennes.* , thèse de doctorat université de Nancy 2, 2007.
- **GHEMMOURI, (K) et BENYOUCEF (L)** : *le rôle de l'entrepreneuriat touristique dans le développement du littoral de la commune d'azeffoun*, Mémoire de fin d'étude en vue l'obtention du diplôme de Master en sciences économique, 2016-2017.
- **Henri, (C)** : *Entrepreneuriat et la création d'entreprise*, Facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise, de Boeck, 4^{er} édition, S.A., 2009.
- **IDIR, (M)** : *valorisation du patrimoine, tourisme et développement territorial en Algérie : cas de la région de Bejaia en Kabylie et de Djanet dans le tassili N'Ajjer*, thèse de doctorat de l'université de Grenoble, 2013.
- **JP(Boissin), S (Emin) et J(Chollet)** : *« Mesurer l'intention entrepreneuriale des étudiants »*, Observatoire des pratiques pédagogiques en entrepreneuriat, 2005.
- **MAACHO, (T)** : *l'intention entrepreneuriale des étudiants : Etude empirique, cas de l'université de Saida*, Mémoire de Master académique en sciences économiques, option Management des projets, 2014-2015.
- **RAJHI, (N)** : *Conceptualisation de l'esprit entrepreneurial et identification des facteurs de son développement dans l'enseignant supérieur tunisien*, thèse de doctorat en sciences de gestion, université de Grenoble, 2011.
- **SOUIDI, (R)** : *création d'entreprise et dynamique territoriale le cas de BOGHNI*, en vue de l'obtention de Magistère en science économique, université de Mouloud Mammeri Tizi ouzou, 1997-1998.
- **TOUNES, (A)** : *L'intention entrepreneuriale*, thèse pour le doctorat en sciences de gestion, université de Rouen, 2003.

Revue et articles

- Ajzen. I, attitudes, personality and Behavior 2e. Mcgraw-Hill International. Cite par p.Barua(2013,p.56) an “*the Moderating Role of perceived Behavioral Control: The Literature Criticism and Methodological Considerations*” international journal of Business social Science vol.4 No.10(Special Issue –August 2013) .
- Bettenhausen, K.L. & Murnighan, J.K. « Five years of group research: What we have learned and what needs to be addressed,» Journal of management, 17, (1991), 345-381.
- BIRD: *Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. Academy of management Review*, 1988, 13/3, 442-453.
- Broonen, J.-P, Motivation, volition et performances universitaires chez des étudiants de 1^{ère} année en sciences psychologiques et de l'éducation. In Innovation, formation et recherche en pédagogie universitaire (actes de XXIIIe Congrès de l'AIPU de Monastir, 15-18 Mai 2006).
- Budd R.J. (1986), Predicting cigarette use: the need incorporate measures of salience in the theory of reasoned action, journal of applied social psychology, 16, 8, 663-685.
- Coster (M) : « Entrepreneur et entrepreneuriat », sous la direction de Françoise Dany, *Cadres et entrepreneuriat : mythes et réalités* les cahiers de grande cadres, 15 Avril 2019.
- Document obtenu par la responsable du CALPI, une lettre du ministre de l'intérieur, envoyé aux différents Walis « dans le cadre de la promotion de l'investissement dans les collectivités locales », 03/07/1996.
- J.Chang (2000) “*model of corporate entrepreneurship: intrapreneurship, exopreneurship*” International Journal of entrepreneurship Vol 4.
- J-P.Boissin, B.Chollet et S.Emin, « *Le faible attrait des étudiants pour l'entrepreneuriat-Elément d'analyse pour l'action* », conférence de l'association Internationale de management stratégique, 8 juin 2005 Angers, France.
- Le quotidien d'Oran, du 19 août 2001.
- OUSSALEM, (M) : *développement local de tiziouzou : potentialités, contraintes et perspectives*, Revue campus 5, UMMTO.
- R.B, Cialdini R.R Reno & Kallgren, C.A (1990). A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places. Journal of Personality and social Psychology, 58, 1015-1026, 2010.
- « *Ministère de l'Industrie, de la petite et moyenne Entreprise, et de la promotion de l'investissement* », bulletin d'information, statistique n° 17, 1^{er} semestre 2010.

Sites et liens

- <https://www.wikiberale.org/wiki>.
- <https://d1n7tqsz60b2ad..cloud>
- <https://d1n7tqsz60b2ad..cloud>
- <http://www.andi.dz/indiex.php/fr/.cite,28/05/2019,19:00h>.
- L'économie de tourisme, <https://books.google.dz/books>.

Textes règlementaires

- Le décret législatif N°93/12, du 5/10/1993 relatif à la promotion de l'investissement.
- La loi 88-25 du 19 juillet 1988 relative au plafond de l'investissement privé.
- La loi 90-10 du 14/04/1990 relative à la monnaie et au crédit.
- Le décret N°91-37 du 19/02/1991, portant libération du commerce extérieur.
- Le décret exécutif N°94/319 du 17/10/1994 qui précise les prérogatives, ainsi l'organisation et la gestion.

Liste des tableaux

Tableau N° 01 : La taille de l'échantillon de notre enquête.....	58
Tableau N°02 : Sexe de l'entrepreneur	61
Tableau N°03 : L'âge des entrepreneurs.....	62
Tableaux N°04 : La situation matrimonial.....	62
Tableau N°05 : Les niveaux d'instruction des entreprises.....	63
Tableau N° 06 : La répartition des entreprises selon la forme juridique.....	64
Tableau N° 07 : La date de la création des entreprises enquêtées	64
Tableau N° 08 : La taille des entreprises enquêtées selon l'effectif employé	64
Tableau N°9 : La répartition selon le domaine d'activité	65
Tableau N°10 : Le domaine d'activité des entrepreneurs	66
Tableau N°11 : La situation professionnelle antérieure.....	68
Tableau N°12 : La répartition de secteur d'activité d'origine avant le lancement de l'entreprise	68
Tableau N° 13 : La position des entrepreneurs dans l'entreprise créée	69
Tableau N° 14 : Nombre des entrepreneurs qui ont fait l'étude de marché.....	71
Tableaux N°15 : Les opportunités environnementaux favorisant la création d'entreprise.....	75
Tableau N°16 : Représente l'attachement à la région	75
Tableau N°17 : Les facteurs ayant déterminé le choix de lieu de l'investissement	76
Tableau N°18 : Les facteurs qui ont à l'origine de la localisation de l'entreprise	77
Tableau N° 19 : La structure de financement des entreprises.....	78
Tableau N° 20 : nombre des entrepreneurs qui ont apporté de la banque	79

Tableau N°21 : Les principales contraintes rencontrées.....	80
Tableau N°22 : La variable les motivations à la création et la position de l'entrepreneur dans l'entreprise.....	81
Tableau N°23 : La variable activité socio professionnelle avant la création de l'entreprise et l'expérience professionnelle antérieur.....	82
Tableau N°24 : La variable l'idée de a création de l'entreprise et le variable le travail de l'entrepreneur dans le secteur avant la création.....	82
Tableau N°25 : La variable les situations qui ont déclenché le processus de la création de l'entreprise et la réalisation des études de marché	83
Tableau N°26 : La variable les opportunités environnementales qui ont favorisé la décision de crée l'entreprise et l'attachement à la région.....	84
Tableau N°27 : La variable le travail de l'entrepreneur dans le secteur avant la création et le niveau d'instruction des entrepreneurs.....	84
Tableau N°28 : La variable les motivations à la création et le sexe des entrepreneurs	85
Tableau N°29 : La variable l'activité socio professionnelle avant la création de l'entreprise et l'âge des entrepreneurs	85
Tableau N°30 : La variable l'idée de la création de l'entreprise et la situation matrimoniale..	86
Tableau N°31: La variable les situations qui ont déclenché le processus de la création de l'entreprise et l'âge de l'entrepreneur	86

Listes des figures

Figures N°01 : Modèle l'événement entrepreneurial shapero 1975.....	26
Figures N°02 : Modèle multidimensionnel de Gartner 1985	28
Figures N°03 : Modèle conception d'entrepreneuriat comme comportement d'entreprise ...	30
Figures N°04 : Modèle d'association culture et processus entrepreneurial	32
Figures N°05 : Théorie du comportement planifié	36
Figures N°06 : La répartition des entreprises enquêtées selon le domaine d'activité.....	56
Figure N°07 : L'activité socio professionnelle avant la création de l'entreprise	66
Figures N°08 : Les principales motivations de l'entrepreneur.....	67
Figures N°09 : présentation de la situation (l'expérience professionnelle antérieure)	68
Figures N°10 : la répartition de secteur d'activité d'origine avant le lancement de l'entreprise	69
Figures N°11 : L'origine de l'idée de création	70
Figures N°12 : Les situations qui ont déclenché le processus de la création.....	71
Figures N°13 : Les caractéristiques favorisant le succès des entrepreneurs	72
Figures N°14 : Les facteurs de choix de secteurs d'activité	73
Figures N°15 : Les raisons contribuant au choix de dimension du projet	74
Figures N°16 : Les opportunités environnementales favorisant la création	75
Figures N°17 : L'attachement à la région	76
Figures N°18 : Les déterminants du choix de lieu de l'investissement	77
Figures N°19 : Les facteurs qui ont à l'origine de la localisation de l'entreprise.....	78
Figures N°20 : La structure de financement initial des entreprise enquêtées	79
Figures N°21 : Les facteurs ayant déterminés le choix de ce type d'investissement.....	80

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

Questionnaire adressé aux chefs d'entreprises du secteur touristique

Dans le cadre de notre cursus universitaire, deuxième cycle de la spécialité Marketing Hôtelier et Touristique, nous avons élaborés une enquête par questionnaire adressé aux chefs d'entreprise du secteur touristique ayant créés leur propre entreprise.

Cette enquête effectuée dans le cadre d'une étude sur les déterminants de la création et le développement de l'esprit entrepreneurial des entreprises touristique.

I-Fiche Signalétique :

Merci d'avance

***SEXE :**

Un homme une femme

***SITUATION MATRIMONIAL :**

Marié(e) Célibataire Divorcé

***ÂGE :**

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

*** NIVEAU D'INSTRUCTION :**

Moyenne Secondaire

Universitaire Formation professionnelle

II- Identification de l'entreprise :

1- Quel est le profil de votre entreprise ?

- 1 -Nom ou raison social.....
- 2- la forme juridique de l'entreprise.....
- 3- Adresse lieu d'implantation.....
- 4- Année de début de l'activité :.....

2- Quel est la taille de votre entreprise selon les catégories suivantes ?

-Micro entreprise (1 à 9 salariés)

-Petite entreprise (10 à 45 salariés)

-Moyenne entreprise (50 à 250 salariés)

-Grande entreprise (250 à 1000 salariés)

3- Quel est le domaine d'activité de votre entreprise ?

-Transport Animation Hébergement Artisanat

-Restauration Agence de voyage Si Autres Précisez

4-Quelle est votre activité socioprofessionnelle avant la création de l'entreprise ?

-Employé Etudiant Chômeur Stagiaire

- Chef d'une autre entreprise

III- Les motivations à la création et à l'investissement :

5-Qu'est ce qui vous a motivé à créer votre entreprise ?

-Votre propre emploi Gout d'entreprendre prise de risque

-Etre indépendant Gagner plus d'argent Création d'emploi

-Investir des capitaux existants Dispositifs de crédit de financement

- Si Autres Précisez.....

6- Avez-vous une expérience professionnelle antérieure ?

-Oui Non Si oui précisez

7- Avez-vous déjà travaillé dans le même secteur d'activité avant de lancer votre entreprise ?

-Oui Non

8- Quel est votre position dans l'entreprise ?

-Propriétaire directeur général Autres..

9-Comment est venue l'idée de créer votre entreprise ?

- Conseil d'un bureau d'étude

- Connaissance d'un projet semblable Relation professionnelle

- Un membre de votre famille a crée une entreprise

- Quelqu'un que vous connaissez a crée une entreprise

Si autre précisez :.....

10- Quelles sont les situations qui ont déclenché le processus de la création de votre entreprise ?

-Argent à investir Travail insatisfaisant Opportunité

-Perte d'emploi Temps libre Autres.....

11- Avez-vous réalisé une étude de marché pour estimer les chances de réussite de votre projet ?

- Oui Non

12- Selon vous, lesquelles des caractéristiques suivantes ont une plus grande importance dans le monde des affaires?

-Etre déterminé Avoir de leadership Etre créatif

- Etre rationnel Savoir gère Avoir une personnalité forte

13- Quels sont les facteurs qui vous ont aidé dans le choix de votre secteur d'activité ?

- Savoir-faire et expérience antérieure Un fort taux de rentabilité

- Secteur porteur à long terme Entreprise familiale

- Pas de concurrent Autres

14- Quelles sont les raisons qui ont contribué au choix de la dimension de votre projet ?

- Capitaux limités et locaux limités Limiter les risque en cas d'échec

- Débuter petit pour devenir grand Autres..

15- Quelles sont les opportunités environnementales qui ont favorisé la décision de créer votre entreprise ?

- Agglomération urbain importante Avantage fiscaux

-Infrastructure développées Proximité d'autre activité

- Facilité administrative

16 Dans votre choix d'implantation, comment considérez-vous l'attachement à la région ?

-Très important Important Pas important

- Pas du tout important

17- Quels sont les facteurs ayant déterminé le choix de lieu de votre investissement ?

- Proximité de la mer Proximité de l'infrastructure de transport (route national)

- Proximité d'un centre urbaine Terrain acquise à un prix favorable ou hérité

- Autres

18- Indiquez Quels sont les facteurs qui ont à l'origine de la localisation de votre entreprise ?

- proximité d'un nombre important d'entreprise du même secteur

- Proximité d'un nombre important d'entreprise dont le secteur est complémentaire

- Proximité d'un nombre important d'entreprise fournisseur

- Proximité d'un nombre important d'entreprise clientes

- Le secteur choisi est vierge

- Autres

19- Le projet a été financé par :

- Propriétaire individuelle Apport personnel Association

- Héritage Dispositif de financement Autres

20- Quel est l'apport de la banque dans le capital investir ?

- Inferieur à 30% De 30% et 50% Plus de 50%

21- Quels sont les facteurs ayant déterminés votre choix pour ce type d'investissement ?

-La politique incitative de l'Etat Le diplôme obtenue dans la branche

-L'héritage d'une entreprise Le caractère lucratif de l'activité

- Autres Précisez

22- Quelles sont les principaux problèmes ayant entravé la réalisation de votre projet ?

.....
.....
.....
.....
.....

Merci pour votre aimable collaboration, et votre participation.

Table des matières

Remerciements

Dédicaces

Sommaire

Liste des abréviations

Introduction générale.....	1
Chapitre I : Généralité sur l'entrepreneuriat et l'entrepreneur	4
Introduction	4
Section01 : cadre conceptuel et théorique de l'entrepreneuriat	5
1-Définition de l'entrepreneur.....	5
1-1-Selon l'école des caractéristiques psychologiques	5
1-2-Selon l'école classique.....	5
1-3-Selon l'école du management	5
1-4-Selon l'école du leadership.....	6
2- Les caractéristiques de l'entrepreneur.....	6
2-1-L'entrepreneurs comme initiateur	6
2-2-Un besoin d'accomplissement	6
2-3-Entrepreneur innovateur	6
2-4-Un preneur de risque	7
2-4-1-Risque d'ordre familial	7
2-4-1-1-Une caractéristique personnelle de l'individu	7
2-4-1-2-Parl'influence du milieu familial et professionnelle	7
2-4-1-3-Le vécu par l'individu	7
3- Définition de l'entrepreneuriat.....	8
4- Définition de l'esprit d'entreprise	9
5- Définition de l'esprit entrepreneurial.....	9
6-Typologie d'entrepreneur	9
6-1-Typologie selon Lorrain et Dussault.....	9
6-2- Typologie selon Boutillier	10
6-3- Typologie selon Mar Chesnay	10
6-4- Typologie selon D.UZUNIDIS	10
7- Les diverses forme de l'entrepreneuriat	11
7-1- La création d'entreprise	11
7-2- La création ex-nihilo.....	11
7-3- La création par essaimage.....	11
7-4-La création en franchise	11
7-5- La création de filiale	12
7-6- La création d'activité nouvelle	12
7-7- La reprise d'entreprise	12
7-8- Intrapreneuriat.....	12
7-9- Extrapreneuriat	12
8- Les étapes de création d'entreprise	13
8-1- Evaluation de l'opportunité de création d'entreprise	13
8-2- Conception et formulation du projet de création	14
8-3- Montage juridique et financement du projet.....	14
8-4- Le lancement des activités	14

Section II : les déterminants et les facteurs déclenchant l'esprit d'entreprise	15
1-Les déterminants de création d'entreprise	16
1-1-Caractéristiques individuelles	16
1-2-L'influence du milieu	16
1-2-1-La demande de marché et son accessibilité	16
1-2-2-Les économie d'agglomération et de localisation	16
1-2-3-Le marché du travail.....	17
1-3- La situation sur le marché de l'emploi	17
1-4- Impotence de niveau de qualification	17
1-5- Les déterminants environnementaux	17
2- Les facteurs déclenchant l'esprit d'entreprise	18
2-1- L'environnement familial de l'enfance	19
2-2-La volonté d'autonomie et l'attitude envers l'Independence	19
2-3-L'âge et l'expérience professionnelle	19
2-4-L'entrepreneurs et l'environnement	20
2-4-1-L'exploitation des ressources existantes dans le territoire	20
2-4-2-L'imitation.....	20
2-4-3- L'essaimage	20
2-5- L'entrepreneur fruit d'une société d'une culture	20
2-6- L'entrepreneur et le respect des normes sociales	21
Conclusion.....	22
Chapitre II : Les modèles d'entrepreneuriat et l'esprit entrepreneurial	23
Introduction	23
Section 01 : Les modèles d'entrepreneuriat.....	24
1- Les modèles d'entrepreneuriat.....	24
1-1-Le modèle de shapero	24
1-1-1-Variable sociologiques	24
1-1-2-Variables économiques.....	25
1-2 Modèle de Gartner	27
1-3 Le Modèle de Cauvin et selevin (1991).....	29
1-4Modèle de Hayton, George et Zahra (2002)	31
Section 02 : Les modèles d'intention et la conception intentionnelle de la création d'entreprise	32
1-Définition des concepts.....	33
1-1-Définition de l'intention	33
1-2-L'intention entrepreneuriale	33
1-3-Une autres définition de l'intention entrepreneuriale	33
2-Les Modèles fondateurs de l'approche fondée sur les intentions	33
2-1-L'approche de la psychologie sociale.....	33
2-1-1-La théorie de l'action résonnée	33
2-1-2-La théorie du comportement planifié.	34
2-1-2-1-L'attitude vis-à-vis du comportement	35
2-1-2-2-Les normes sociales perçues	35
2-1-2-3-Le contrôle comportemental perçu	35
3-Les Modèles entrepreneuriaux reposant sur une conception intentionnelle de la création d'entreprise.....	37
3-1- La théorie de la formation de l'événement entrepreneurial.....	37
3-1-1-Modèle de shapero et Sokol(1982).....	37
3-1-2-Modèles de Krueger (1993).....	37

3-1-3-Modèles de Kovin et Learned (1992).....	38
Conclusion	39
Chapitre III : entrepreneuriat et investissement touristique en Algérie	40
Introduction	40
Section 01 : Aperçue sur l'entrepreneuriat en Algérie	41
1-Historique et évolution de l'entrepreneuriat en Algérie.....	41
1-1-L'entrepreneur de l'Algérie indépendante (les décennies 60à70).....	41
1-2-Les décennies 80-90 : L'essor de l'entreprise privée	42
1-3- L'entrepreneur de l'Algérie en transition vers l'économie de marché.....	42
1-4-Les facteurs explicatifs de la privatisation en Algérie	43
2-Typologie et caractéristique de l'entrepreneur algérien.....	43
2-1-Entrepreneur cadre de secteur public	44
2-2-L'entrepreneur migrant.....	44
2-3- L'entrepreneur héritier	45
2-4- L'entrepreneur de tradition entrepreneurial.....	45
2-5-L'entrepreneur ouvrier.....	45
3-L'intérêt pour la petite entreprise en Algérie	46
4-L'évolution de droit de l'investissement en Algérie.....	47
4-1-Le décret législatif N°93/12 du 05/10/1993	47
4-1-1-La création de l'agence de promotion et de soutien et de suivi de l'investissement (APSSI)	47
4-1-2- La création du CALPI	48
4-1-3-Le bilan des projets concrétisé	48
5-L'entrepreneuriat touristique	49
5-1-Les spécificité de l'entrepreneuriat touristique.....	49
5-2-Les caractéristique de l'entrepreneur.....	49
5-2-1-Les compétence	49
5-2-2-Les aptitudes	50
5-2-3-La personnalité de l'entrepreneur touristique.....	50
Section 02 : L'investissement touristique en Algérie	50
1-Définition des concepts.....	50
1-1-Définition de l'investissement de manière générale.....	50
1-2-Définition de l'investissement touristique	50
2-Organismes spécialisées dans le soutien et la promotion des petites et moyennes entreprises	51
2-1-Agence Nationale de soutien pour l'emploi des jeunes (ANSJ).....	51
2-2-L'agence Nationale du développement de l'investissement (ANDI)	52
2-3-Caisse Nationale d'assurance Chômage (CNAC)	52
3-Le cadre institutionnel de l'entrepreneuriat touristique	53
4-Le tourisme, un investissement productif	53
5-Comment investir dans le tourisme en Algérie.....	54
Conclusion	55
Chapitre IV : Présentation et Analyse des résultats de l'enquête	56
Introduction	56
Section 01 : Méthodologie et organisation de la recherche	57
1-Le plan de travail (enquête)	57
1-1-Objectif de l'enquête.....	57
1-2-La taille de l'échantillon	57
1-2-1-Justification de choix des communes de l'échantillon	58

1-3-L'idée de questionnaire	59
1-4-La formulation du questionnaire	59
1-5-Le déroulement du questionnaire.....	60
1-6-Traitement des questionnaires	61
Section 02 : Analyse des résultats de l'enquête.....	61
1-Présentation et identification de l'entrepreneur	61
1-1-La répartition des entrepreneurs par sexe	61
1-2-L'âge des créateurs d'entreprise	62
1-3-La situation matrimoniale	62
1-4-Niveau d'étude et formation professionnelle	62
2-Identification de l'entreprise	63
2-1-La répartition des entreprises enquête selon la forme : (leur statut juridique)	63
2-2-La date de la création des entreprises enquêtées :(année de début de l'activité)	64
2-3-La répartition des entreprises enquêtées selon la taille.....	64
2-4-La répartition des entreprises enquêtées selon le domaine d'activité.....	65
2-5-Le parcours professionnelle	66
2-5-1-La situation ou l'activité socio professionnelle avant la création d'entreprise	66
3-Les motivations à la création et à l'investissement	66
3-1-Les principales motivations de l'entrepreneur	67
3-2-Le parcours professionnel	67
3-2-1-La situation (l'expérience professionnel)	68
3-3-Le secteur d'activité d'origine avant la création de l'entreprise.....	68
3-4-La position des entrepreneurs dans l'entreprise créée	69
3-5- L'origine de l'idée de création de l'entreprise	69
3-6-Les situation qui ont déclenché le processus de création de l'entreprise	70
3-7-Le recours à la réalisation d'une étude de marché	71
3-8-Les caractéristiques favorisant le succès des entrepreneurs dans le monde des affaire	71
3-9-Les facteurs qui ont aidé dans le choix de secteur d'activité.....	72
3-10-Les raison contribuant au choix de dimension de projet	73
3-11-Les opportunité environnementales favorisant la création	74
3-12-L'attachement à la région	75
3-13-Les facteurs ayant déterminé le choix de lieu de l'investissement.....	76
3-14-Les facteurs qui ont à l'origine de la localisation de l'entreprise	77
3-15-La structure de financement initial des entreprises enquêtées.....	78
3-16-L'apport de la banque dans le capital investir	79
3-17-Les facteurs ayant déterminés le choix de ce type d'investissement.....	80
3-18-Les difficultés entravant la création d'entreprise	80
4-Les tris croisés entre les variables	81
4-1-Les tris croisés entre la variables(les motivations à la création) et la position de l'entrepreneur dans l'entreprise.....	81
4-2-Les tris croisés entre la variables activité socio professionnelle avant la création de l'entreprise et l'expérience professionnelle antérieure	82
4-3-Les tris croisés entre la variables l'aidée de la création de l'entreprise et la variable le travail de l'entrepreneur dans le secteur avant la création.....	82
4-4-Les tris croisés entre la variable les situations qui ont déclenché le processus de la création de l'entreprise et la réalisation des études de marché	83
4-5-Les tris croisés entre la variable les opportunités environnementales qui ont favorisé la décision de crée l'entreprise et l'attachement à la région	84
4-6-Les tris croisés entre la variable le travail de l'entrepreneur dans le secteur avant la création et le niveau d'instruction des entrepreneurs	84

4-7-Les tris croisés entre la variable les motivations à la création et le sexe des entrepreneurs.	85
4-8-Les tris croisé entre la variable l'activité socio professionnelle avant la création de l'entreprise et l'âge des entrepreneurs	85
4-9-Les tris croisé entre la variable l'idée de la création de l'entreprise et la situation matrimoniale.....	86
4-10-Les tris croisés entre la variable les situations qui ont déclenché le processus de la création de l'entreprise et l'âge de l'entrepreneur	86
Synthèses des résultats	87
Synthèses des résultats	88
Conclusion.....	89
Conclusion Générale	90
Bibliographie	
Liste des tableaux et figures	
Annexes	
Table des matières	
Résumé	

Résumé

L'entrepreneuriat est un moyen pour assurer la capacité d'innovation elle se caractérise principalement par l'acte de la création d'entreprise.

Le but de notre réflexion consiste à étudier un certain nombre de déterminants pour l'entrepreneur touristique dans les wilayas du centre d'Algérie.

Il ressort de notre étude que la plupart des entrepreneurs ont un fort sentiment d'indépendance et d'autonomie et la volonté de créer leurs propres emplois. Cette caractéristique est la plus motivante pour ce lancer en affaire.

L'idée de la création des entreprises touristiques dans les wilayas du centre d'Algérie est la résultante d'un ensemble de déterminants qui sont :

La connaissance d'un projet semblable ou similaire, la construction des relations professionnelles et familiales affecte des choix à entreprendre.

Mots clés :

Entrepreneuriat, entrepreneur, création d'entreprise, les entreprises touristiques, déterminants de la création.

Abstract

Entrepreneurship is a means to ensure the ability to innovate it is characterized mainly by the act of business creation.

The purpose of our reflection is to study a number of determinants for the tourism entrepreneur in the wilayas of central Algeria.

Our study shows that most entrepreneurs have a strong sense of independence and autonomy and a willingness to create their own jobs. This feature is the most motivating for this business launch.

The idea of creating tourism businesses in the wilayas of central Algeria is the result of a set of determinants that are:

Knowledge of a similar or similar project, the construction of professional and family relationships affects choices to be made.

Keywords:

Entrepreneurship, entrepreneurship, business creation, tourism businesses, determinants of creation.



Introduction Générale





Conclusion Générale





Bibliographie





Sommaire






Annexes






Table des Matières





**Chapitre I : Généralités sur
l'entrepreneuriat et
l'entrepreneur**






**Chapitre II : Les modèles
d'entrepreneuriat et l'esprit
entrepreneurial**






**Chapitre III : Entrepreneuriat
et investissement touristique en
Algérie**





**Chapitre IV : Présentation et
analyse des résultats de
l'enquête**





Liste des abréviations





**Liste des tableaux et
figures**

