

**L'impact du réseau social des anciens entrepreneurs  
dans la création de leurs PME :  
une étude exploratoire à Ain El Hammam (Tizi Ouzou).  
Mami Fairouz Zerarga \* 'Kahina Sadoud \*\***

**Résumé**

Dans le présent article, nous nous interrogeons sur l'impact du réseau social (liens forts et/ou faibles) des anciens entrepreneurs sur la création de leurs PME.

Certains travaux de la sociologie économique contemporaine, comme ceux menés par Mark Granovetter (1973, 1983) sur la recherche de l'emploi, ont affirmé la thèse de la force de liens faibles. Cette thèse a été transposée à l'entrepreneuriat et cela grâce aux travaux de Hills et Al. (1997), Singh et Al. (1999). Ces derniers ont déduit que l'entrepreneur disposant d'un réseau de liens forts, réussit à créer son entreprise, qu'un entrepreneur seul, ou un entrepreneur disposant d'un réseau de liens faibles.

Une étude exploratoire auprès de 10 anciens entrepreneurs de la région d'Ain El Hammam (Tizi-Ouzou), suggère que c'est leurs réseaux de liens forts (la famille) qui est à l'origine de la création de leurs PME et cela, sans oublier le rôle que peuvent jouer leurs caractéristiques socioprofessionnelles dans le processus de création de leurs entreprises.

**Mots clés :** réseaux sociaux, liens forts, liens faibles, PME, ancien entrepreneur et caractéristiques socioprofessionnelles

**The impact of social network of former contractor  
in creating their small and average company:  
an exploratory study in Ain El Hammam (Tizi Ouzou)**

**Summary**

In this present article, we deal with the impact of social network (strong and / or weak links) of former contractor on the creation of their small and average company.

Some contemporary economic sociology works have affirmed the thesis of the strength of weak links, such as those conducted by Mark Granovetter (1973, 1983) on finding employment. This thesis has been transposed to entrepreneurship and thanks to the work of Hills and al. (1997), Singh et Al. (1999) which drove them to deduce that the contractor with a strong network of connections managed to create a company that only one contractor, or a contractor with a weak network of connections.

An exploratory study of 10 former contractors in the region of Ain El Hammam (Tizi-Ouzou), suggests that it is their strong links networks (family) that is responsible for creating their small and average companies, and this without forgetting the role that can play their socio-professional characteristics in the process of creating their businesses.

**Keywords:** social networks, strong links, weak links, small and average company, former entrepreneur and socio-professional characteristics.

---

\* Département Sociologie , Université Sétif 2.

\*\* Département Sociologie , Université Tizi Ouzou,.

الشبكة العلاقاتية للمقاولين القدماء وأثرها على خلق مؤسساتهم الصغيرة و المتوسطة.

دراسة ميدانية في منطقة عين الحمام ( تيزي وزو )

### الملخص

سنعالج في هذا المقال موضوع الشبكة العلاقاتية ( الروابط القوية أو / الضعيفة ) للمقاولين القدماء وأثرها على خلق مؤسساتهم الصغيرة و المتوسطة.

تشير بعض الأبحاث في مجال علم الاجتماع الاقتصادي المعاصر إلى أطروحة قوة الروابط الضعيفة كالتى قام بها مارك غرانوفيتور (1973، 1983) حول البحث عن الشغل، هذه الأطروحة قد نقلت إلى ميدان المفاوضة بفضل أعمال هيلس و آل (1997)، سينث و آل (1999)، الذين استنتجوا أن المقاول الذي يملك شبكة علاقاتية ذات روابط قوية، ينجح بسهولة في خلق مؤسسته الاقتصادية مقارنة بالمقاول وحده أو ذاك الذي يملك شبكة علاقاتية ذات روابط ضعيفة.

الدراسة الميدانية التي قمنا بها على مجموعة مكونة من عشرة مقاولين قدامى من منطقة عين الحمام ( تيزي وزو ) ، تحث على أن الشبكة العلاقاتية ذات الروابط القوية ( العائلة ) هي التي تساعد هؤلاء المقاولين على خلق مؤسساتهم الصغيرة والمتوسطة، كما يجب أن لا ننسى الدور الذي يمكن أن تلعبه الخصائص الاجتماعية والمهنية في خلق مؤسساتهم الاقتصادية.

**الكلمات المفتاحية :** الشبكة العلاقاتية، الروابط القوية، الروابط الضعيفة، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المقاول القديم، الخصائص الاجتماعية والمهنية.

## 1. Introduction :

L'Algérie a connu le passage d'une économie planifiée vers une économie de marché concurrentielle, qui libère les énergies entrepreneuriales et la création de PME. Ces dernières constituent le moteur de création d'emploi, de croissance économique et de richesse, ceci notamment avec la crise économique que traverse le pays, à cause de la chute des cours du pétrole sur le marché mondial.

En effet, l'intérêt croissant pour les notions de PME et d'entrepreneurs algériens est très remarquable dans les différents travaux des chercheurs ces dernières années. Cependant, les études sociologiques restent insuffisantes dont nous pouvons citer celles de Madoui Mohamed, à propos de l'impact de la religion sur la rationalité de l'entreprise et l'entrepreneur algérien, de Gillet Anne et de Kadri-Messaid sur le phénomène d'entrepreneuriat et d'Assala Khalil et Tounés Azzedine sur l'influence de la dimension culturelle sur ce que font les entrepreneurs.

Une question très importante, qui n'a pas encore été tranchée est celle qui consiste à savoir pourquoi certains individus, et pas d'autres, arrivent à créer des entreprises. Cela nous mène donc, à chercher à comprendre la relation qui existerait entre certains individus et le phénomène de création de PME. Cette relation pourrait être observée par le réseau social (liens forts et/ou faibles) dont dispose l'entrepreneur. Cela trouve son origine dans la sociologie des formes sociales préconisée par Georges Simmel<sup>1</sup>. Il pense la sociologie comme science des formes d'actions réciproques, ou comme science des structures de relations

<sup>1</sup> MONTOUSSE Marc et RENOARD Gilles, 100 fiches pour comprendre la sociologie, éd. Bréal, Paris, 2009, p.39.

sociales. Ceci démontre que Simmel est un fondateur de l'analyse structurale en termes de réseaux sociaux. Le réseau relationnel de l'entrepreneur a été identifié par certains chercheurs comme Hills et Al. (1997), Singh et Al. (1999) comme étant le facteur le plus important pour la création de l'entreprise<sup>2</sup>, Car son importance ne se réduit pas au marché du travail, mais elle se prolonge au processus de création de PME. Il est, en effet, pourvoyeur d'informations et de ressources pour l'entrepreneur<sup>3</sup>.

Ces affirmations se basent sur le travail pionnier de Mark Granovetter (1973, 1983), qui a démontré tout en critiquant Polanyi, que l'action économique est toujours encadrée dans des réseaux relationnels qui contribuent à sa structuration. Cela signifie qu'il existe une interaction entre la vie sociale et l'activité économique<sup>4</sup>. Il a abouti à la force de liens faibles, qui sont caractérisés par les amis, les collègues ou les connaissances, par rapport aux liens forts ou familiaux. La force de liens est définie en termes d'intensité de liens qui unissent les membres d'un réseau. Par contre, Hills et Al ont affirmé que les entrepreneurs disposant d'un réseau de liens forts arrivaient facilement à créer leurs entreprises, que ceux disposant d'un réseau de liens faibles, ou encore qu'un entrepreneur seul<sup>5</sup>.

A travers une étude qualitative par entretiens semi-directifs, auprès de dix (10) anciens<sup>6</sup> entrepreneurs de la région d'Ain El Hammam, ex Michelet (Tizi-Ouzou), nous voulons comprendre la nature des liens faibles et/ou forts de ces entrepreneurs et leur influence sur le processus de la création de leurs PME<sup>7</sup>. De même, nous allons nous interroger sur l'importance de leurs caractéristiques socioprofessionnelles pour monter leurs affaires. Il est à signaler, que malgré les conditions géographiques, qui font de cette région une commune rurale par excellence et un climat fort rigoureux qui ne favorise pas l'investissement, surtout industriel, et qui gèle l'activité économique de ces entreprises pendant cinq à six mois d'hiver à cause de la neige, ajoutant à ces données, le glissement de terrain ayant touché ces derniers temps, une partie de la ville d'Ain El Hammam<sup>8</sup>, les entrepreneurs ont pu investir et créer leurs PME<sup>9</sup>, et cela même durant l'économie planifiée<sup>10</sup>. Cet investissement concerne essentiellement les

---

<sup>2</sup> CHELLY Amine, L'impact du réseau relationnel de l'entrepreneur dans l'identification d'opportunités d'affaires : une étude exploratoire, en ligne, [amine.chelly@edcparis.edu](mailto:amine.chelly@edcparis.edu), pp (1-13).

<sup>3</sup> MERCKLE Pierre, *Sociologie des réseaux sociaux*, éd. La Découverte et Surois, Paris, 2002, p.33.

<sup>4</sup> STEINER Philippe, « Granovetter Mark, Le marché autrement ; Les réseaux dans l'économie », *Revue française de sociologie*, volume 42, n°2, 2001, p. 382.

<sup>5</sup> CHELLY Amine, Op. cit, p.01.

<sup>6</sup> Nous traitons ici une catégorie peu étudiée dans les thématiques économiques et sociologique : anciens entrepreneurs, car la majorité d'études portent sur les jeunes créateurs d'entreprises.

<sup>7</sup> Pour être précis dans notre approche, nous n'allons pas nous intéresser à l'analyser ni la densité des liens, ni à dégager leurs structures, mais nous allons focaliser notre réflexion sur la nature de ces liens.

<sup>8</sup> Le glissement est devenu plus grave entre 2009-2010. Il a créé une pauvreté sur le plan foncier comme il a touché aux propriétés de certains de nos entrepreneurs.

<sup>9</sup> Les PME sont mixtes : formelles et informelles.

<sup>10</sup> Certains des entrepreneurs de cette région ont commencé leur activité d'entreprendre durant l'économie dirigiste, période où l'investissement privé est interdit.

domaines déterminés par cette spécificité régionale : le commerce, l'exploitation de carrières et le BTP.

En effet, l'importance de la présente étude est de mettre en exergue le rôle des profils et des réseaux sociaux de ces entrepreneurs dans le processus de création de leurs PME. Il s'agit surtout, de montrer la relation entre les deux domaines : économique et social. En d'autres termes, nous allons essayer de comprendre comment l'activité économique d'entreprendre se trouve encadrée ou « Embedded »<sup>11</sup> dans des réseaux relationnels de ces entrepreneurs. La réussite de ces derniers dépendra donc, de la mobilisation de leurs ressources matérielles et immatérielles ; caractéristiques socioprofessionnelles et surtout leurs réseaux sociaux.

### **-La problématique :**

La question principale qui mérite d'être posée est : Quel impact peuvent avoir les réseaux sociaux (forts et /ou faibles) d'un groupe d'anciens entrepreneurs de la région d'Ain El Hammam sur la création de leurs entreprises ?

### **-Les hypothèses :**

Notre problématique renvoie donc, à vérifier l'hypothèse principale, et les deux hypothèses secondaires suivantes:

Les réseaux sociaux (liens forts et / ou liens faibles) des anciens entrepreneurs de la région d'Ain-El-Hammam font partie intégrante de la dynamique de création de leurs entreprises.

a) Les caractéristiques socioprofessionnelles des anciens entrepreneurs contribuent à la création de PME, au niveau de la région d'Ain El Hammam.

b) L'impact des liens forts (familiaux) est plus important que les liens faibles (connaissances) dans la création de PME, au niveau de la région d'Ain El Hammam.

### **-Les objectifs de l'étude :**

Vue la rareté des études sociologiques Algériennes, traitant la thématique des réseaux sociaux et partant du postulat selon lequel « les organisations économiques ne peuvent être analysées strictement économiques, mais doivent

---

<sup>11</sup> La métaphore d'embeddedness est issue des lectures effectuées par Karl Polanyi (1944) sur l'industrie minière anglaise, et plus précisément sur l'extraction du charbon encadré dans les murs de roches des mines, d'où l'idée d'encastrement des faits économiques à l'intérieur d'un ensemble plus vaste, celui des faits sociaux. L'«EMBEDDEDNESS» traduit par, « encastrement ». Ce terme trouve diverses traductions dans la littérature francophone. Nous pouvons citer par exemple : enchâssement, enchevêtrement, insertion, imbrication, englober, etc., mais il faut signaler que, la traduction la plus souvent utilisée est celle d'encastrement. Pour Granovetter, le concept d'embeddedness dont le champ d'application peut d'ailleurs être généralisé à d'autres objets économiques que les institutions, permet d'écartier à la fois les conceptions sur- et sous-socialisées de l'action humaine, ainsi que, la thèse polanyienne de désencastrement relationnel.

être considérées comme des formes organisationnelles résultant d'interactions concrètes entre acteurs réels, en liaison avec un environnement sociopolitique singulier »<sup>12</sup>, nous voulons effectuer cette étude, dans le but de comprendre la manière dont les anciens entrepreneurs d'AEH, construisent des alliances; connexions qui les relient à des membres de leurs familles, ou à des amis, et mobilisent des ressources à travers des réseaux de ces liens (forts et / ou faibles) afin de créer leurs PME durant l'économie planifiée, où l'investissement privé était interdit, et pendant la période d'économie de marché marquée par une bureaucratie accrue imposant le recours à ces réseaux pour éviter cette entrave. Il s'agit aussi, de déterminer le genre de liens qui influence le plus cette création. Nous allons également examiner les caractéristiques socioprofessionnelles de ces anciens créateurs d'entreprises.

### **-Définition des concepts clés :**

Dans le but de faciliter la compréhension du contenu de notre recherche, nous allons procéder à la définition des notions et concepts fondamentaux :

#### ➤ **Réseaux sociaux :**

De prime abord, il est à mentionner que le concept de réseaux sociaux fait l'objet de maintes définitions, vu qu'il n'a été intégré dans le langage sociologique que récemment.

Pourtant, nous pouvons considérer les réseaux sociaux comme étant « un ensemble particulier d'interrelations entre un ensemble limité de personnes, avec la propriété supplémentaire que les caractéristiques de ces interrelations considérées comme une totalité, peuvent être utilisées pour interpréter le comportement social des personnes impliquées »<sup>13</sup>, ou comme « un ensemble d'acteurs rattachés par une relation ; un réseau décrit ainsi le système formé par les liens directes et indirectes entre les acteurs. Par relation, on entend une forme d'interaction sociale qui met des acteurs en contact ; il peut s'agir des transactions effectuées sur un marché ou des échanges de services entre individus d'un ensemble d'entreprises »<sup>14</sup>.

Ainsi, nous proposons une définition générale des réseaux : « les réseaux sociaux sont faits de liens, généralement positifs, forts ou faibles, tels qu'il y'a une connexion directe ou indirecte de chacun des participants à chacun des autres, permettant la mise en commun des ressources dans le milieu interne. Il arrive que les connexions servent aussi à la mise en ordre des ressources par rapport à l'environnement externe, ce qui est caractéristique des appareils »<sup>15</sup>.

---

<sup>12</sup> HAULT Isabelle, « EMBEDDEDNESS et théorie de l'entreprise, autour des travaux de Mark Granovetter », en quête de théorie, annales des mines, juin 1998, p.83.

<sup>13</sup> FERRAND Alexis, « La structure des systèmes de relation », *L'année sociologique*, vol.47, n°1, 1997, p.37.

<sup>14</sup> STEINER Philippe, *La sociologie économique*, éd. La découverte, Paris, 1999, p.75.

<sup>15</sup> LEMIEUX Vincent, *à quoi servent les réseaux sociaux ?*, éd. I.Q.R.C, Paris, 2000, p.71.

A travers ces définitions, nous pouvons comprendre que les réseaux sociaux sont considérés comme un système de relations et d'interrelations entre un ensemble d'acteurs sociaux et, sur le marché du travail, nous parlons de l'échange de services. En outre, les caractéristiques de ces réseaux peuvent être des variables indépendantes, qui permettent d'interpréter le comportement social des personnes impliquées. Elles servent à circuler l'information et à accéder aux différentes ressources. Ces relations peuvent être de nature faible ou forte.

➤ *Les liens forts :*

Nous devons souligner que cette typologie de liens « forts, faibles » a été élaborée par le sociologue américain Mark Granovetter, dans le cadre de son étude sur la recherche de l'emploi en 1974. Cette définition est ouverte à toute discussion et à toute modification, en fonction du contexte culturel, sociologique et économique dans lesquels elle sera appliquée.

Ainsi, comme le souligne Lemieux Vincent « tous les liens développés avec des régularités, vu les contacts de la vie de tous les jours, constituent des liens forts, il s'agit en général, des individus qui appartiennent à leurs familles, à leurs cercles d'amis proches et avec eux les liens sont établis depuis une longue date »<sup>16</sup>. En effet, les liens forts ou serrés sont ceux qui nous unissent à des proches ; la famille ou les amis proches. Ils se caractérisent par des relations plus fréquentes, plus de services réciproques rendus, d'intensité émotionnelle et de la multiplicité de la relation par rapport aux liens faibles.

➤ *Les liens faibles :*

Ils sont définis comme « une source d'anomie et de déclin de la cohésion sociale, et aussi comme instrument indispensable aux individus pour saisir certaines opportunités, ainsi que pour leur intégration au sein de la communauté »<sup>17</sup>. Nous pouvons ajouter que « les liens faibles sont constitués d'individus faiblement liés, et qui ont plus de chance d'évoluer dans les cercles différents de ceux que l'on reçoit »<sup>18</sup>. En effet, les liens faibles ou lâches, nous unissent à des connaissances, parents très éloignés, voisins qui ne sont pas des amis, anciens camarades de classe, etc. Donc, les liens faibles donnent lieu à un réseau plus vaste qui permet aux individus d'acquérir des informations qui ne sont pas disponibles dans leurs cercles restreints.

➤ *L'entrepreneur :*

Ce concept s'est développé avec l'évolution de la société capitaliste et il ne représente pas la même conception chez tous les auteurs. Nous devons à Schumpeter la présentation la plus suggestive de ce qu'il faut entendre par entrepreneur.

---

<sup>16</sup> Ibid. p.71.

<sup>17</sup> MERKLE Pierre, Op. Cit. p. 62.

<sup>18</sup> Ibid., p. 60.

En effet, il dégage un certain nombre de caractéristiques qui se présentent dans les points suivants <sup>19</sup>:

- Tout d'abord, l'entrepreneur peut être l'homme d'affaires indépendant, mais il peut aussi être salarié, c'est-à-dire un manager, avec la création de grandes entreprises et la séparation entre propriété et gestion.
- L'entrepreneur ne doit pas nécessairement entretenir un rapport continu avec une entreprise : certains entrepreneurs ont un rôle important dans la création d'une entreprise et passant ensuite à une autre activité.
- Les entrepreneurs n'appartiennent pas à une classe sociale spécifique. Du fait de leur activité, ils peuvent réaliser un succès économique qui les transforme en propriétaires des moyens de production ou du capital, c'est-à-dire en « capitalistes ». Il n'est cependant pas indispensable qu'ils le soient quand ils exercent leur activité novatrice. En effet, les entrepreneurs peuvent recourir au crédit auprès des banques pour introduire de nouvelles méthodes de production. Ils peuvent aussi s'auto-financer grâce à leur épargne accumulée.

Schumpeter désigne donc l'entrepreneur comme un acteur fondamental du développement économique. Il a pour fonction de mettre en œuvre de nouvelles combinaisons productives, et rompt la continuité de flux circulaire du processus de production de l'état stationnaire, il est avant tout un innovateur. Il ne lui suffit pas d'avoir un capital pour réaliser cette innovation, mais il lui faut aussi des ressources non économiques, qui permettent d'utiliser concrètement le capital en vue de le réinvestir dans le développement. Il s'agit de qualités spécifiques à l'entrepreneur ; comme les capacités intuitives, capacités de vision, mais aussi la compétence et la détermination ainsi que la volonté de fonder un royaume privé, une volonté de se battre, de conquérir et de prouver qu'il est supérieur aux autres<sup>20</sup>. Si la vision Schumpetérienne de l'entreprise se base sur le fait d'apporter une idée nouvelle, innover pour être entrepreneur, les visions modernes ont dépassé cette conception, car l'entrepreneur peut copier une idée des autres.

Kizner définit l'entrepreneur comme « un individu alerté aux opportunités c'est-à-dire qu'il doit exploiter des opportunités de profit non exploitées »<sup>21</sup>.

Casson, de sa part, le définit comme « une personne se spécialisant dans la prise de décision impliquant un jugement et la coordination des ressources rares »<sup>22</sup>.

A partir de ces définitions, nous pouvons dire que l'entrepreneur est une personne qui prend des risques en lançant des activités innovatrices ou déjà

---

<sup>19</sup> TRIGILIA Carlo, Sociologie économique. Etat, marché et société dans le capitalisme moderne, éd. Armand Colin, Paris, 2003, pp. (102-103).

<sup>20</sup> BOUABDELLAH Khaled et ZOUACHE Abdallah, « Entreprenariat et développement économique », les Cahiers de CREAD, n°73, Alger, 2005, pp. (12-14).

<sup>21</sup> Ibid., p. 16.

<sup>22</sup> Ibid., p. 9.

existantes. Il possède des capacités d'identifier des opportunités entrepreneuriales et utiliser ses ressources pour créer sa propre entreprise.

➤ **PME :**

Les petites et moyennes entreprises sont devenues depuis quelques années le centre d'intérêt de nombreux domaines de recherches ; en économie, en science de gestion et en sociologie économique. Par conséquent, il existe diverses définitions, qui diffèrent d'un auteur à un autre, d'un pays à un autre, selon les secteurs d'activités.

Selon la définition de l'union européenne : une entreprise est petite lorsque son entrepreneur est en mesure d'assurer toutes les responsabilités, c'est-à-dire de la diriger seul, de prendre les décisions essentielles et de recueillir les fruits ou de supporter les pertes générées par la prise de risque et leur gestion<sup>23</sup>. En effet, les typologies des PME les plus connues et les plus souvent utilisées, se réfèrent à des données quantitatives d'emplois, d'actifs ou de chiffres d'affaires. En Algérie, la moyenne entreprise est celle qui emploie entre 50 à 250 salariés, la petite entreprise est celle qui emploie entre 10 à 49 salariés, et enfin, la très petite entreprise ou la micro entreprise est celle qui emploie moins de 9 salariés<sup>24</sup>.

## 2. Le cadre théorique de l'étude :

A la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle, l'économie politique était dans une situation polémique et critique. Le premier auteur qui a essayé de donner sa contribution pour résoudre cette situation et de donner ainsi les premiers points de départ de la sociologie économique est Vilfredo Pareto. A travers sa méthode des approximations successives, Pareto a démontré la limite de l'économie pure. Celui-ci a établi des relations entre divers domaines de l'économie politique : l'économie pure, l'économie appliquée et la sociologie ; troisième approximation. Il a constaté que l'économie ne peut expliquer seule les phénomènes économiques et c'est pour cette raison qu'il propose de la compléter par la sociologie générale.

Pour Durkheim et les membres de son école (Simiand, Mauss et Halbwachs), il faut d'abord commencer par la critique de la méthode de l'économie politique. Quant à l'économie pure, elle se fixe pour objectif d'étudier les conséquences du comportement rationnel des agents économiques, sans toutefois s'intéresser à l'environnement sociohistorique dans lequel s'implique ce comportement.

Partant de la définition du fait social selon Durkheim, Simiand considère que la sociologie économique part des institutions et des représentations sociales des agents pour étudier les comportements économiques. Cela amène les durkheimiens à établir une étroite imbrication existant entre les comportements économiques et les normes sociales. Mauss, avec son système dons / contre dons ou de la réciprocité d'échanges, a apporté un plus à la sociologie économique. En

<sup>23</sup>JULIERS.P.A., Les PME bilan et perspective, éd .Economisa, Paris, 1997, p.4.

<sup>24</sup> ISLI.M.A. « La création d'entreprise en Algérie », les cahiers de CREAD, n°73, Alger, 2005, p. 64.

effet, l'échange entre deux personnes est le lien social le plus élémentaire qui nous procure non seulement les biens matériels, mais aussi elle est la condition d'une existence sociale.

Weber de son côté, considère que le fait économique est un fait social dans la mesure où, la recherche des biens rares s'effectue selon des modalités, qui obligent l'agent à tenir compte des comportements des autres agents économiques et du sens que ceux-ci donnent à leurs actions.

Comme il ne faut pas oublier, les contributions de Georg Simmel à la naissance de la sociologie économique, et surtout à l'apparition de l'analyse des réseaux<sup>25</sup> Selon ce sociologue<sup>26</sup>, les individus sont tenus à tisser des relations réciproques (ce qu'on nomme aujourd'hui des interactions individuelles). Par « les contenus de la société » Simmel désigne un ensemble de sentiments, de pulsions, d'intérêts et de buts qui animent les individus. En effet, ces contenus sont les causes premières de ces relations sociales. Ces dernières produisent des phénomènes sociaux d'abord micro puis macrosociologiques (domination, conflit, division du travail, réseaux sociaux, etc.) que Simmel nomme « les formes sociales ». Ces formes réagissent sur les relations interindividuelles. Elles finissent, par la suite, par se stabiliser, par s'institutionnaliser (exemple : Etat, Eglise, la famille, etc.) et influencent les actions réciproques des individus. D'après Simmel, ces formes deviendront des « configurations cristallisées »<sup>27</sup>, qui seront, ensuite, autonomes et vont fonctionner indépendamment des conditions qui les ont créées.

Simmel pense que ces formes sociales ne sont pas complètement achevées, car les individus, au cours de leurs relations, créent la société, qui oriente les comportements des individus, qui recréent la société au cours d'un processus infini de relations réciproques. La plupart des études de Simmel sont habitées par une préoccupation de saisir ces formes sociales. Celui-ci considère que ce sont les interactions et les relations entre les individus qui constituent les objets élémentaires de la sociologie, et non les individus eux-mêmes et leurs attributs. Autrement dit, l'objet fondamental de la sociologie, selon Simmel, doit être saisi à un niveau « intermédiaire », qui n'est ni celui de l'individu, ni celui macrosociologique, de la société, mais celui de « mésosociologique » des formes sociales qui résultent des interactions entre individus.

Pour Simmel, la sociologie est en effet, « la science des formes de l'action réciproque » ; définition que Michel Forsé permet de traduire ainsi : « il ne veut pas dire autre chose dans notre vocabulaire d'aujourd'hui, qu'elle est la science

---

<sup>25</sup>TRIGILIA Carlo, Op. Cit, pp (10-15).

<sup>26</sup> MONTOUSSE Mar et RENOUARD Gilles, Op. Cit, p.38.

<sup>27</sup> GAY Thomas, L'indispensable de la sociologie, éd. Studyrama, Paris, 2004, p.27.

des structures des relations sociales »<sup>28</sup>. Nous trouvons donc chez Simmel une analyse en termes de réseaux sociaux.

Durant les années 1970, Mark Granovetter a conduit des recherches qui ont donné naissance à la sociologie économique contemporaine. Il a commencé par une série de critiques avancées à la thèse de désencastrement relationnel de K. Polanyi et des approches sous et sur socialisées. Il dénonce le caractère excessif, contradictoire, et radical de cette thèse, car dans « la grande transformation », Polanyi prétend à la fois que l'économie doit être encadrée au sein des normes sociales, politiques et culturelles pour que la société puisse fonctionner (au sein des sociétés primitives), et en même temps, il parle de désencastrement de l'échange marchand de la structure sociale à partir du XIX<sup>ème</sup> siècle (sociétés capitalistes). Le souci théorique majeur de Granovetter est d'éviter l'atomisation des actions et décisions individuelles. Afin d'éviter de tomber dans cet écueil, il met en évidence la dimension interactive entre la structure sociale et l'action économique dans les sociétés industrielles modernes. Il prit en effet place à un niveau théorique intermédiaire entre deux cas polaires, qu'il nomme « sous et sur socialisées » qui sont toutes deux des simplifications des phénomènes économiques. Tandis que, la première les réduit au niveau individuel, la seconde les élargit au niveau d'une entité collective située au-delà des individus. Si l'une est qualifiée de « réductionniste » et rattachée à l'individualisme méthodologique, l'autre s'inscrit dans le cadre du holisme méthodologique, qui peut être qualifié comme « expansionniste ».

Ainsi, nous pouvons déduire encore, que l'approche de la sociologie économique contemporaine structurale<sup>29</sup> de Granovetter est située alors entre le holisme et l'individualisme. Elle est plus près du second pôle, mais à condition de définir la rationalité des acteurs comme relative et non pas absolue identique pour tous. Comme il emprunte aussi à la tradition holiste l'idée d'un « déterminant faible » des structures sur les actions<sup>30</sup>. Cette approche se traduit par l'analyse des réseaux sociaux<sup>31</sup>. Il est considéré à côté, de « Steiner », « Merklé » et « Forsé », le sociologue qui s'intéresse beaucoup plus à la nécessité d'une approche sociologique des phénomènes économiques en général, et plus particulièrement à l'analyse des réseaux sociaux. Ses recherches ont abouti à la force des liens faibles, mais la transposition de sa thèse, par Hills et Al, Singh et Al à l'entrepreneuriat a démontré que ce sont les liens forts qui aident les entrepreneurs à créer leurs activités économiques.

## 2.1 : Le cadre pratique de l'étude:

---

<sup>28</sup> MERCKLE Pierre, Les réseaux sociaux, Les origines de l'analyse des réseaux sociaux, CNED/ ENS-ISH, 2003-2004, pp. (3-4).

<sup>29</sup> Cette approche est qualifiée en France d'interactionnisme structural

<sup>30</sup> GROSSETTI Michel, « Les réseaux sociaux (Alain Degenne et Michel Forsé) », flux, volume 11, n°20, 1995, p.57.

<sup>31</sup> P. Bourdieu(1980) et Coleman(1988) parlaient de capital social. Tandis que, Burt (1992) parlait de trous structurels dont bénéficie un acteur formant son capital social. Il présente le capital social comme la somme des connexions des acteurs avec leurs contacts.

Nous avons effectué notre enquête dans la région d'Ain El Hammam ou de Michelet. Celle-ci est située à 45km au sud de la wilaya de Tizi Ouzou, en Kabylie, et à 95km, au nord de la wilaya de Bouira. Le travail sur le terrain a été commencé par une pré-enquête, qui a duré deux semaines du 26-10-2010 jusqu'au 06-11-2010, et cela dans le but de cerner la problématique de notre recherche, ainsi que les hypothèses en interviewant quelques anciens entrepreneurs de la région. Quant à notre enquête, elle s'est étalée sur une durée de près de deux mois, du 02-05-2011 jusqu'au 29-06-2011.

## **2.2 : Echantillon :**

En termes d'échantillon, et puisque notre méthode est qualitative, nous avons procédé au choix intentionnel des personnes concernées par notre étude ; il s'agit d'un échantillon non aléatoire qu'on nomme population cible. Dix membres<sup>32</sup> de cette population ont été retrouvés à l'aide de « réseaux de connaissances » des entrepreneurs et des amis, qui nous ont permis d'accéder à leur rencontre. Leur sélection a été dictée par certains critères qui sont :

- L'ancienneté des entrepreneurs dans le domaine de l'entrepreneuriat, la date de création de la première entreprise : celle-ci est située entre 1971-1987.
- La disponibilité du créateur d'entreprise à répondre à nos questions, car il y'a ceux qui sont à la retraite, à l'étranger ou décédés, donc se sont leurs enfants, qui ont pris la relève, chose qui ne nous a pas permis de les rencontrer.
- L'appartenance des entrepreneurs à la région d'Ain El Hammam.

## **2.3 : Méthode et techniques de recherche :**

Puisque nous avons un manque en termes d'études sociologiques, qui traitent de l'impact des réseaux sociaux sur la création de PME par les entrepreneurs algériens, qui nous donnent une image globale sur le sujet, nous avons opté pour la méthode qualitative, qui est la seule capable de combler cette lacune. Cela nous permettra ainsi de collecter le maximum d'informations et de données d'ordre qualitatif sur notre thématique. Afin de collecter ces données, auprès d'une population restreinte de dix(10) anciens entrepreneurs, la technique d'entretien semi-directif s'impose. Ce dernier est considéré comme un moyen privilégié d'accès aux informations d'ordre qualitatif sur les interviewés, tout en fondant des rapports directs avec eux. Ainsi, l'ensemble des entretiens effectués seront l'objet d'une analyse thématique horizontale, qui consiste à procéder systématiquement au repérage, au regroupement et à l'examen discursif des thèmes les plus pertinents abordés dans le corpus, et qui ont un lien avec les objectifs de recherche, destinés à vérifier nos hypothèses.

---

<sup>32</sup> Normalement, notre population cible est composé de 12 membres, mais malheureusement deux de nos enquêtés, l'un âgé de 73ans et un autre de 76ans, sont décédés avant de les interviewés. Par conséquent, notre population visée par notre étude regroupe dix(10) anciens créateurs de PME de la région d'Ain El Hammam(AEH)

En effet, la technique d'analyse de contenu à dominante quantitative qui consiste à repérer la fréquence de certains thèmes de corpus<sup>33</sup> a été mise en œuvre pour traiter la matière collectée et ainsi, dégager trois catégories de notre analyse : les caractéristiques socioprofessionnelles, les liens forts et les liens faibles des entrepreneurs, qui se segmentent en unités d'enregistrements-segments de contenu minimal qui sont pris en compte par l'analyse<sup>34</sup> (âge, niveau d'instruction, l'expérience professionnelle, etc.).

#### 2.4 : Résultats et discussion :

L'analyse et l'interprétation des résultats obtenus durant notre enquête de terrain nous ont permis de répondre aux questions posées dans la problématique ; nous avons pu collecter des informations que nous avons jugées très intéressantes concernant les deux thèmes principaux, à savoir, le rôle des caractéristiques socioprofessionnelles dans le processus de création de PME des anciens entrepreneurs de la région d'Ain El Hammam, ainsi que l'influence de leurs réseaux sociaux (liens forts et/ou faibles) sur ce processus. Nous avons, dans le cadre de cet article, détaillé les réponses aux questions concernant la thématique de réseaux sociaux.

#### 2.5 .Caractéristiques socioprofessionnelles des enquêtés et la création de PME à AEH :

En premier lieu, nous pouvons dire qu'à partir des résultats de l'enquête, les anciens entrepreneurs de la région d'Ain El Hammam (Michelet) sont plutôt des hommes relativement âgés ; [52-72] ans, ayant commencé à travailler assez jeunes dans le même domaine d'activité que leurs parents ; le commerce. Cela leur avait permis d'acquérir une expérience professionnelle et des capitaux, qu'ils ont ajoutés à leurs parts d'héritage familial afin de créer leurs entreprises. Ils ont débuté jeunes [27-39] ans, et durant la période de l'économie planifiée [1971-1987] à investir surtout dans le BTP <sup>35</sup>(7/10) ; car le choix d'investir dans un créneau d'activité n'est pas fait par nos entrepreneurs d'une manière fortuite, mais bien plutôt selon des conditions dictées par la spécificité géographique et climatique de leur région. Celle-ci ne favorise pas l'investissement dans certains domaines, comme l'industrie.

Le niveau d'instruction de ces entrepreneurs varie entre l'illettrisme et l'universitaire, à noter que le primaire est le plus fréquent (5/10). Ce niveau malgré sa modestie, son apport était capital dans le processus de création de leurs entreprises. Deux entrepreneurs seulement ont le niveau universitaire. La

---

<sup>33</sup> ROBERT André D.et BOUILLAGUET Annick, *L'analyse de contenu*, éd. PUF, 1997, p.21.

<sup>34</sup>GHIGLIONE Rodolphe et MATALON Benjamin, *Les enquêtes sociologiques. Théories et pratique*, éd .Armand Colin, Paris, 1998, pp (167-169).

<sup>35</sup> Cela peut être expliqué, par la crise de logement et la rareté foncière que traversent actuellement cette région, sans oublier la rentabilité de ce secteur. Trois autres enquêtés activent respectivement dans les domaines de transport, plomberie et de carrière puisque cette région est rocheuse.

poursuite des études supérieures permettra de nouer des relations amicales avec les anciens collègues de l'université. Certains de ces derniers occupent aujourd'hui, des postes intéressants dans l'administration (impôt, assurances, APC, banques), cela permet à ces entrepreneurs d'avoir un accès facile aux services offerts par ces organismes. Les études supérieures peuvent aussi donner l'occasion à l'entrepreneur d'aller à l'étranger et de découvrir les autres cultures et mentalités, chose qui pourra influencer sa façon de penser et de gérer son entreprise.

Pour ce qui est de la formation professionnelle, la majorité de nos enquêtés (8 cas) n'ont pas suivi de formation, car ils insistent sur l'importance de leur expérience professionnelle acquise durant l'exercice quotidien de leur métier, et ainsi, leurs capacités à apprendre sur le tas tout ce qui concerne leur domaine d'investissement. Enfin, nous pouvons déduire que le niveau d'instruction et la longue expérience professionnelle des anciens entrepreneurs d'AEH ont une influence sur le choix de l'activité de leur investissement, la création et par la suite sur la gestion de leurs PME.

Tous nos enquêtés ont acquis une expérience avant de se lancer dans le processus de création de leur PME. Pour leurs professions antérieures, ce sont les commerçants<sup>36</sup> qui se positionnent en tête (6/10), ils ont beaucoup plus de capitaux et de connaissance du marché, suivi par les cadres de la fonction publique, qui ont acquis un capital relationnel et de la compétence en management. Puis, nous trouverons les salariés (trop minoritaires) qui ont acquis un savoir-faire et un capital indispensables pour le démarrage de leurs activités. En effet, nous pouvons affirmer que les anciens créateurs enquêtés sont, dans la grande majorité, des anciens commerçants, persistant aujourd'hui à commercer dans les différents domaines et d'anciens cadres venant du secteur public. Nous pouvons souligner aussi que la profession antérieure joue un rôle très important dans la construction de réseaux relationnels dans le milieu professionnel précédent (surtout dans le secteur public) et dans la collecte du capital matériel.

En deuxième lieu, nous avons constaté que l'entrepreneur n'est pas isolé par rapport à son entourage, son action d'entreprendre est inscrite dans un environnement économique, social, culturel local très particulier. Son origine sociogéographique détermine par exemple son choix du secteur d'activité. Par origine sociogéographique de l'entrepreneur, nous insinuons son lieu de naissance, lieu où il a vécu, a fait ses études, où il a sa famille et ses amis sur lesquels il s'appuie. Les entrepreneurs interviewés sont natifs d'AEH. C'est au

---

<sup>36</sup> Dans ce sens M. Madoui affirme: « Dans le cas de la Kabylie, région montagneuse connue pour l'exigüité de ses terres, le commerce et l'artisanat (bois, poterie, armurerie, bijouterie, orfèvrerie, fabrication de lainage, etc.) ont fourni aux kabyles d'autres vocations économiques compensant ainsi la modestie des ressources agraires de la région. A cela s'ajoute une longue tradition de courtage, de Colportage et de « négociant » qui fera des kabyles de redoutables commerçants dont les produits inondèrent l'ensemble des régions d'Algérie où ils ont tissé de nombreux réseaux en Algérie d'abord, en France ensuite. »<sup>36</sup>. L'auteur confirme l'historicité de la pratique commerçante des populations berbérophones du Maghreb.

sein de cette région, qu'ils vivent actuellement. Ils ont choisi d'investir dans leur région afin de la développer et de faire bénéficier la communauté avec une fréquence de six (06), chose qui nous mène à dire, que le poids du territoire et de l'environnement de l'entrepreneur est très important dans le processus de la création d'une entreprise. Ils sont motivés par le gain de leur vie (9/10). C'est ainsi que nous pouvons déduire que les caractéristiques socioprofessionnelles des enquêtés influencent le processus de création de PME à Ain El Hammam<sup>37</sup>.

## **2.6. Réseaux sociaux et processus de création de PME, au niveau d'AEH :**

A travers cet élément, nous avons l'intention de répondre à la question : Comment les réseaux sociaux des entrepreneurs, en particulier leurs liens forts ou familiaux, influencent – ils la création et la gestion de leurs PME

## **2.7 : Les liens forts ou familiaux et le processus de création de PME à AEH :**

Dans cette partie, nous essayerons de connaître le rôle de la famille dans l'orientation de l'entrepreneur et sa contribution au financement de son projet de création de son entreprise. Ainsi, nous analyserons les avis de nos interviewés à l'égard du secteur administratif Algérien et la nature de leurs relations avec ce dernier et cela dans le but de déduire l'importance d'avoir un proche au sein de l'administration.

### **a. Difficultés de création de PME :**

Deux problèmes majeurs rencontrés par les anciens entrepreneurs enquêtés ; Le premier est l'économie planifiée, ce qui est expliqué par la création ancienne de leurs entreprises, qui se situe entre 1971 et 1987 ; période où le dispositif institutionnel -qui était en place- favorisait la planification et la délimitation du rôle et de la place du secteur privé dans l'économie Algérienne. La structure de cette dernière est composée d'un secteur public prédominant et d'un secteur privé traditionnel limité à certains domaines comme le commerce et le BTP. Donc, durant cette période, la réglementation empêchait l'évolution du secteur privé et le rendait réduit. De ce fait, tous nos interviewés ont souligné la difficulté du démarrage de leurs affaires à cause de ce dispositif, cela peut être illustré par leurs propos : *« nous avons mal débuté avec l'indépendance ; c'était donc, la période de l'économie administrée, celle des sociétés nationales (socialisme). Les hauts responsables, à ce temps là, n'ont pas encouragé le développement de notre pays, et l'administration était très sévère car elle ne tolérait pas l'investissement privé, cela nous a poussés à travailler en noir. »* (Entrepreneur HA, 72ans, BTP, AEH).

Le second problème qui se dresse sur le chemin des entrepreneurs, surtout lors de leurs créations récentes, est la bureaucratie accrue, qui caractérise l'administration Algérienne comme l'avait constaté Ahmed Bouyacoub<sup>38</sup>. Nous

<sup>37</sup> Notre première hypothèse est donc confirmée.

<sup>38</sup> BOUYACOUB Ahmed, « Les PME en Algérie : quelles réalités ? », cahiers de GRIOT, N°16, CNAM, 2003, p.07

sommes donc passés d'un socialisme d'Etat à un capitalisme d'Etat, où l'Etat veut contrôler tout par le biais de cette bureaucratie. Celle-ci se traduit par la lenteur dans le traitement des dossiers déposés par les entrepreneurs dans le but d'avoir des crédits, un registre de commerce, une signature des permis de construction ou encore le paiement des factures.

#### **b. Les solutions adoptées pour résoudre les problèmes rencontrés :**

Les anciens entrepreneurs ont utilisé deux moyens pour surmonter leurs difficultés de création de leurs PME. En premier lieu, et lors de leurs premières créations, ils ont fait recours aux réseaux de liens forts c'est-à-dire à leurs familles afin de pouvoir lancer leur investissement. Par exemple, le capital symbolique des parents (pères) de certains de nos enquêtés, qui étaient des combattants pendant la guerre de libération nationale, les a aidés à obtenir des financements et des agréments durant la période des années (1960-1970) ; où l'initiative privée n'était pas appréciée par le pouvoir public<sup>39</sup>, chose qui a contribué à la création d'entreprises par leurs fils. Les extraits suivants démontrent cette constatation : « *Il n'était pas donné à n'importe qui de lancer un investissement privé, ou de faire sortir quelque chose en 1987, car c'était la période de l'économie dirigiste. Pour ce qui concerne mon beau frère, il était un ancien maquisard, qui ouvrait droit à faire sortir de l'APC un bus, avec lequel nous avons travaillé lors de notre démarrage en tant qu'associés.* » (Entrepreneur HM, 52 ans, TPV, AEH).

En second lieu, ils ont utilisé des ressources développées par l'intermédiaire de réseaux sociaux leur permettant par l'incitation financière et matérielle ; pots-de-vin ; don, contre-don, dans le sens de la corruption, de réduire certaines contraintes administratives et bureaucratiques<sup>40</sup>. Cela va dans le même sens du résultat de recherche de Djilali Liabes sur l'apparition du secteur privé Algérien lequel nous ne pouvons pas imaginer son émergence sans la pratique de corruption<sup>41</sup>. Cette solution permet à l'entrepreneur de régler ses problèmes administratifs à travers ses moyens financiers (l'argent) ou matériels ; cadeaux, dîner, services, etc. comme le confirme les propos de l'entrepreneur (NA) « *si je rencontre un problème à l'APC, par exemple, les fonctionnaires vont me dire : nous avons reçu les ordres du maire, et si vous voulez changer les choses allez le voir. Donc, je serai obligé de lui offrir un pot -de -vin, sinon je serai bloqué.* » (Entrepreneur WA ,52ans, BTP, AEH).

---

<sup>39</sup>LEGHIMA Amina et MEGUETTI Sonia, « Le profil de l'entrepreneur comme facteur de succès des entreprises nouvellement créées », colloque international sur la création d'entreprises et territoires ». Tamanrasset, 03 et 04 Décembre 2006, p10.

<sup>40</sup>MADOUÏ Mohamed et GILLET Anne, « Crise et mutations du modèle de développement de la PME/PMI », travail et emploi, N°101, janvier-mars 2005, p.80.

<sup>41</sup>LIABES Djilali, Naissance et développement d'un secteur privé industriel en Algérie 1962-1980, thèse pour doctorat de 3<sup>ème</sup> cycle, université d'Aix-Marseille II, 1982, p.56.

**c. Les types d'apport de la famille lors de la création de PME :**

L'enquête a révélé plusieurs sortes d'aide fournies par les familles des entrepreneurs interviewés. Il s'agit essentiellement, d'intervention d'un membre de leurs familles (père, frère oncle, etc.) pour surmonter la rigidité de l'économie dirigiste, cela est argumenté par les propos suivants : « *Notre frère était à l'époque un haut fonctionnaire d'Etat, cela nous a servi comme visa, pour pénétrer dans l'administration. Mais, il ne faut pas oublier de signaler que la bonne réputation de l'entreprise mère m'a beaucoup aidée à réussir mon investissement individuel.* » (Entrepreneur HR, 65 ans, TPB, AEH). Par ailleurs, l'aide de la famille ne se limite pas à l'intervention pour surmonter la rigidité de l'économie planifiée, mais elle se prolonge au financement du projet, ce qui signifie qu'après avoir résolu les problèmes administratifs, l'entrepreneur doit réunir les moyens financiers nécessaires pour démarrer son entreprise. Puisque la Kabylie, spécialement AEH, est riche de ses traditions et ses coutumes qui prônent l'entraide, la solidarité communautaire et familiale sont très fortes<sup>42</sup>, la famille met donc, à la disposition de cet entrepreneur son épargne et son héritage pour financer son projet<sup>43</sup>. Cette réalité est démontrée par le fait que la majorité de nos enquêtés n'ont pas nié le poids de l'aide financière de leurs familles au démarrage.

Quatre (04) autres entrepreneurs affirment que, grâce à leurs familles, qu'ils sont devenus entrepreneurs. En effet, l'évolution dans un milieu familial entrepreneurial contribue à former la personnalité du futur chef d'entreprise. Il s'inspirera des valeurs et des normes véhiculées par cette première institution de socialisation. C'est au sein de cette dernière qu'il trouve des modèles auxquels il s'identifie pour forger son caractère.

Par conséquent, le vécu dans un milieu familial entrepreneurial où il y'a une prédominance de chefs d'entreprises influence beaucoup sur l'individu qui deviendra un jour créateur de sa propre entreprise. Madoui souligne dans ce contexte que le père de l'entrepreneur a une importance capitale dans la transmission du savoir-faire entrepreneurial dans la connaissance du marché économique, dans la mise en relation du fils avec les réseaux sociaux connus (amis et famille dans l'administration, ou relations privilégiées avec l'administration)<sup>44</sup>. Par contre, un seul enquêté a déclaré que sa famille ne lui avait pas apportée une aide financière pour la création de son entreprise, cela est dû à son origine sociale, car il est issu d'une famille modeste qui l'a encouragée moralement pour démarrer son affaire.

---

<sup>42</sup> AKNINE SOUIDI Rosa et ZIOUR Hocine, « Le profil des créateurs d'entreprises en Kabylie : Le poids de la famille et l'incidence du chômage dans la création d'entreprise », colloque international sur la création d'entreprises et territoires, Tamanrasset : 03 et 04 décembre 2006, p.02.

<sup>43</sup> SOUIDI R., FERFERA M.Y. et AKROUF T., « Les entrepreneurs, le territoire et la création d'entreprises : Enquête à Boughni », les cahiers de CREAD, N°51, Alger, 2000, p.62.

<sup>44</sup> MADOUY Mohamed et GILLET Anne, Op.cit, p.82.

**d. L'environnement macro-économique défavorable à la création de PME :**

L'ouverture de notre économie sur le marché externe, l'accélération du processus de privatisation et le désengagement de l'Etat n'a pas mis fin au phénomène bureaucratique, aux pratiques de favoritisme, de corruption et de clientélisme des pouvoirs publics et surtout, aux lenteurs administratives qui rendent la tâche des entrepreneurs top difficile. En effet, les créateurs interviewés portent des avis négatifs sur tout ce qui représente l'Etat (APC, assurances, impôts, banques, etc.). Ils se plaignent surtout de la complexité de ses procédures législatives, des lourdeurs administratives, de la centralisation du pouvoir de décision et de la pression fiscale qui les poussent à travailler dans l'informel.

La banque a été trop critiquée pour la lenteur et lourdeur de ses procédures réglementaires, l'incompétence de ses fonctionnaires recrutés à base des critères subjectifs (favoritisme) et surtout de ses pratiques de corruption (pots -de -vins) et les propos suivants justifient cette réalité : *« C'est trop bureaucratique, car ces services ne facilitent jamais la tâche pour l'entrepreneur, ils nous mettent les bâtons dans les roues. Lorsqu'on part à la banque, par exemple, pour retirer notre argent, pour payer nos salariés ; son responsable cherche toujours des excuses afin de ne pas rendre ce service, comme si on lui demande une charité, alors en réalité on demande que notre argent ! En effet, tous ces services en général, nous considèrent comme des ennemies. »* (Entrepreneur, HM, 55 ans, TPV, AEH). Un autre nous a déclaré : *« L'administration Algérienne est trop bureaucratique, je préfère de casser les pierres dans ma carrière que d'aller faire un simple papier comme un extrait de naissance. Il m'est arrivé de courir une semaine pour le recevoir avec des fautes. Donc, au lieu de faire mon travail, j'ai couru encore pour le rectifier. Je vous cite là un simple exemple, alors là, les autres papiers. »* (Entrepreneur FA, 63 ans, carrière).

En fait, la nature de relations entre ces entrepreneurs et l'administration reste toujours conflictuelle, cela s'explique par la contradiction d'intérêts entre ces derniers, qui cherchent à maximiser leurs profits et à procurer plus d'avantages administratifs et l'administration qui se caractérise par une bureaucratie accrue, rigidité de ses lois, et par la corruption de ses responsables en cherchant toujours à tirer une part des gains de l'entrepreneur, à travers les pots- de -vin, chose qui les pousse à la recherche des stratégies pour accéder aux services administratifs. De plus, la présence d'un proche et/ou d'un ami, ou des deux à la fois, au sein de ces derniers, constitue une de leurs stratégies qui va leur permettre de régler leurs affaires d'une manière rapide et efficace.

**e. L'origine du capital investi dans la création d'entreprises :**

Suite à la bureaucratie du système bancaire, qui se caractérise par une lenteur, une lourdeur de ses démarches administratives et ses garanties exagérées, les entrepreneurs enquêtés n'ont pas fait recours aux prêts bancaires. Ils se sont dirigés vers des voies informelles pour collecter les capitaux nécessaires à la création de leurs PME. Ils ont donc fait appel à leurs familles et cela après leurs

propres épargne, car comme il a été constaté par Assala Khalil, le financement de l'entreprise se fait souvent sur la base de fonds propres et de prêts informels au sein de la famille, sans avoir recours aux capitaux étrangers (la banque par exemple). En fait, le partenariat est une pratique non utilisée. Les anciens entrepreneurs pensent que l'association (ou le partenariat) risque la diminution de leurs pouvoirs stratégiques (de père) et la dispersion de la famille<sup>45</sup>. Cela peut être justifié d'une part, par leur origine sociale, car ils sont issus de familles qui exerçaient le commerce auparavant (années 30 et 40) et persistent encore à l'exercer aujourd'hui. Alors, ils ont construit une fortune permettant à leurs entreprises d'être créées. D'autre part, par l'importance de la solidarité familiale qui règne dans la région d'Ain El Hammam. De ce fait, la famille aide et ne laisse jamais tomber ses membres, notamment ceux qui ont en tête des projets d'investissement, et ceci, en leur offrant de l'argent, des matériaux, des terrains et même l'éducation nécessaire pour devenir entrepreneur (d'une manière indirecte). Cela peut être argumenté par les propos de notre enquêté : « *C'est vrai que j'avais accumulé un certain capital, mais il n'était pas suffisant, donc, j'étais obligé d'ajouter ma part d'héritage.* » (Entrepreneur OU, 57 ans, BTP, AEH). Le financement à l'origine de création est donc, familial pour la majorité des entrepreneurs enquêtés, et cela malgré leurs épargnes personnelles. Ce résultat a été confirmé par le chercheur M. Madoui<sup>46</sup>.

Par conséquent, nous pouvons dire que, dans le milieu familial, l'entrepreneur pourra trouver une aide primordiale pour lancer son projet de création. Celle-ci peut être une intervention en termes de réseaux relationnels de certains de ses membres (surtout le père et le frère) pour surmonter un obstacle administratif, notamment durant la période de l'économie administrée, ou une assistance matérielle, une contribution financière, foncière, ou encore, éducative et morale à travers sa socialisation.

## **2.8: Les liens faibles ou de connaissances et le processus de création de PME à AEH :**

Notre enquête avait pour objectif de comprendre le rôle des liens faibles ou de connaissance de nos enquêtés et de découvrir dans quel domaine ces liens interviennent et d'analyser les relations inter-entrepreneurs dans la création des entreprises.

### **a. L'apport des amis par rapport à celui de la famille dans la création de PME :**

---

<sup>45</sup> ASSALA Khalil, « PME en Algérie : de la création à la mondialisation », l'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales 25, 26,27, Octobre 2006, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse, pp (4-5).

<sup>46</sup>MADOUÏ Mohamed, « De la grande organisation à la petite entreprise. Retour sur les petits entrepreneurs en Algérie », colloque sur les mondes sociaux de l'entreprise au Maghreb-Etat des savoirs, Alger, 11-12 novembre 2006, p.08.

La majorité de nos enquêtés n'ont pas bénéficié d'aide de la part de leurs amis, mais bien plutôt de leurs familles, cela s'explique par la forte solidarité familiale qui caractérise la région de Michelet, chose qui a poussé les entrepreneurs enquêtés à solliciter leur famille pour toute aide. A noter donc, que le recours aux liens faibles n'est pas très répandu dans le processus de création d'entreprises à AEH, car leurs apports consiste à rendre de simples services administratifs, comme faciliter le retrait du registre de commerce et avoir un document de l'APC, cela est confirmé par les propos suivants : « *Chez nous, on ne peut pas compter sur un ami pour réaliser le projet de création d'entreprise, mais plutôt sur la famille, car l'aide amicale peut être envisagée seulement dans le cas de rendement d'un simple service administratif. En ce qui me concerne, sans l'aide de mon père, ma réussite ne sera pas possible.* » (Entrepreneur HA, 72 ans, BTP, AEH).

### **b. La nature des relations inter-entrepreneurs :**

De prime abord, il est à signaler qu'il existe deux types de rapports inter-entrepreneurs :

- Un rapport d'entraide : Dans le cadre d'une solidarité organique (selon E. Durkheim), ou encore de don, contre don (d'après M. Mauss), nos entrepreneurs entretiennent entre eux des relations de travail et d'échange. Puisqu'ils partagent le même secteur d'activité (BTP), l'avantage consiste donc, en le dépannage mutuel en termes de matériaux de construction (fer, ciment, briques, pierres, etc.), surtout lors de l'augmentation de leurs prix sur le marché. Cette entraide s'incarne aussi dans l'échange de pièces d'engins et d'informations concernant leur domaine, ainsi que dans la résolution d'un problème pratique. Ce qui est illustré par les propos de notre enquêté: « *J'entretiens des relations de travail et d'échanges avec les autres entrepreneurs, on s'aide mutuellement en ce qui concerne les matériaux de construction, comme on partage des idées sur notre domaine (BTP).* » (Entrepreneur OU, 57 ans, AEH).

- Un rapport de concurrence et de jalousie : Du moment où ces entrepreneurs travaillent dans le même marché, cela les rend concurrents, chose qui fait naître un comportement de jalousie les poussant à chercher à conquérir le plus de marchés, comme le confirment les propos de l'enquête ZO : « *Nous sommes avant tout des concurrents, dans la mesure où nous activons dans le même domaine (BTP), et nous avons presque la même clientèle, donc, la course vers l'obtention des marchés à travers la recherche de soumissions, est toujours présente, comme il ne faut pas oublier que nous sommes en économie de marché, si nous ne faisons pas ça, nous risquerons la faillite.* »

Il convient de constater que, nos enquêtés sont concurrents car ils travaillent presque tous dans le même domaine de BTP, et ils ont la même clientèle. Mais cela ne les empêche pas d'être coopératifs ni solidaires. Puisqu'ils appartiennent à une même région et à une même communauté, ils ont besoin de s'entraider et de tisser des relations (amicales par exemple) hors du marché, ce qui laisse à dire

que l'entrepreneur ne peut pas réussir seul sans l'aide des autres (collègues, amis, etc.). En effet, les relations entre les entrepreneurs contribuent à la création et à la gestion de leurs PME.

### 3. Conclusion :

Pour conclure, nous pouvons dire que notre enquête auprès des anciens entrepreneurs d'Ain El Hammam, a révélé deux résultats que nous jugeons importants :

D'une part, les caractéristiques socioprofessionnelles de ces entrepreneurs jouent un rôle intéressant dans le processus de la création de leurs PME. Cependant, cela ne leur suffit guère pour réussir leurs affaires, car ils doivent mobiliser leur capital relationnel.

D'autre part, selon le principe de la sociologie économique structurale où baigne notre problématique de recherche, l'action économique et entrepreneuriale sont socialement situées, elles se trouvent encadrées ou « Embedded » dans un réseau de relations sociales, surtout de liens forts ou familiaux. L'étude a mis donc en exergue l'importance d'influence des liens forts par rapport aux liens faibles sur le processus de création des entreprises. Ils sont pourvoyeurs de capital matériel (technique), d'argent pour financer le projet de création et d'accès à l'administration durant la période de l'économie planifiée. Ce résultat est expliqué par la spécificité de la culture de cette zone de kabyle, qui est riche de ses traditions et coutumes, qui prônent l'entraide, solidarité familiale et communautaire. En d'autres termes, cette culture accorde une place prépondérante aux liens forts, à la famille particulièrement. Cependant, certains liens faibles (amis, collègues entrepreneurs, etc.) sont utilisés par certains entrepreneurs pour surmonter les obstacles bureaucratiques et faire l'échange de matériaux ; puisqu'ils produisent pour le même marché (BTP). En effet, l'acte de créer des PME malgré qu'il est individuel en apparence, mais en réalité c'est tout un groupe de soutien qu'est derrière le créateur.

Il est donc à noter que ce second résultat de notre enquête ne va pas dans le même sens de la thèse de la force de liens faibles de Mark Granovetter (1973). Mais il correspond à celui obtenu par Hills et al(1997), Singh et al(1999) et par le chercheur tunisien : Amine Chelly. Cependant, la méthode qualitative utilisée dans cette étude, ne nous permet pas de généraliser ces résultats. C'est pour cette raison que nous proposons une étude quantitative, au niveau national qui déterminera la validité ou non de ces derniers.

### Bibliographie :

1-ABEDOU Abderrahmane et KADRI MESSAID Amina, « Pratiques institutionnelles et développement social, le jeu des acteurs », les cahiers de CREAD, N°78, Alger, 2006, pp (71-87).

2-AKNINE SOUIDI Rosa et ZIOUR Hocine, « Le profil des créateurs d'entreprises en Kabylie : Le poids de la famille et l'incidence du chômage dans la création d'entreprise », colloque international sur la création d'entreprises et territoires, Tamanrasset : 03 et 04 décembre 2006, pp (1-20).

3-ASSALA Khalil, « PME en Algérie : de la création à la mondialisation », l'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales 25, 26,27, Octobre 2006, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse, pp (1-16).

4-BOUABDALLAH Khaled et ZOUACHE Abdallah, « Entrepreneuriat et développement économiques », les cahiers de CREAD, N°73, Alger, 2005, (9-29).

5-BOUYACOUB Ahmed, « La GRH dans les PMI/PME au Maghreb », les cahiers de CREAD, N° Spécial MED-Campus, Alger.

6-BOUYACOUB Ahmed, « Les PME en Algérie : quelles réalités ? », cahiers de GRIOT, N°16, CNAM, 2003, pp (1-11).

7-BURT Ronald S., « Le capital social, les trous structureaux et l'entrepreneur », Revue française de sociologie, volume 36, N°4, 1995, pp (599-628).

8-CHELLY Amine, « L'impact du réseau relationnel de l'entrepreneur dans l'identification d'opportunités d'affaires », une étude exploratoire, en ligne, amine.chelly@edcparis. Educ, pp (1-13).

9-DEGENNE Alain, L'analyse des réseaux sociaux, bref panorama, Flux, volume 9, N°13/14, Juillet-Décembre, 1993, pp (48-51).

10-DEGENNE Alain et FORSE Michel, Les réseaux sociaux, éd. Armand colin, Paris, 2001.

11-FERRAND Alexis, « La structure des systèmes de relations », L'année sociologique, volume 47, N°1, 1997, pp (37-54).

12-FORSE Michel, « les réseaux sociaux chez Simmel », agrégation de sciences économiques et sociales, préparation ENS 2004-2005, pp (1-5).

13-GHIGLIONE Rodolphe et MATALON Benjamin, Les enquêtes sociologiques, Théories et pratique, éd .Armand Colin, Paris, 1998.

14-HAULT Isabelle, « EMBEDDEDNESS et théorie de l'entreprise, Autour des travaux de Mark Granovetter », En quête de théories, anales des mines, juin 1998, pp (73-86).

15-ISLI Mohand Arezki, « La création d'entreprise en Algérie », les cahiers du CREAD, N°73, Alger, 2005, pp (51-70).

16-LEGHIMA Amina et MEGUELTI Sonia, « Le profil de l'entrepreneur comme facteur de succès des entreprises nouvellement créés », colloque

international sur la création d'entreprises et territoires ». Tamarrasset, 03 et 04 Décembre 2006, pp (1-15).

17-LEMIEUX Vincent, A quoi servent les réseaux sociaux ?, éd. IQRC, Paris, 2000.

18-LEMIEUX Vincent et OUIMET Mathieu, L'analyse structurale des réseaux sociaux, éd. Deboeck, Canada, 2004.

19-LIABES Djilali, Naissance et développement d'un secteur privé industriel en Algérie. 1962-1980, thèse pour doctorat de 3<sup>ème</sup> cycle, université d'Aix-Marseille

20-LIABES Djilali, « Des statuts au contrat : l'émergence du travailleur collectif comme acteur social », les cahiers de CREAD, N°21, premier trimestre, 1990, pp (7-116).

21-MADAOUI Mohamed, « De la grande organisation à la petite entreprise. Retour sur les petits entrepreneurs en Algérie », colloque sur les mondes sociaux de l'entreprise au Maghreb-Etat des savoirs, Alger, 11-12 novembre 2006, (1-15).

22-MADAOUI Mohamed et GILLET Anne, « Crise et mutations du modèle de développement de la PME/PMI », travail et emploi, N°101, janvier-mars 2005, pp (71-83).

23-MADAOUI Mohamed et autres, « Entrepreneurs et gouvernances des PME-PMI, approches Franco-algérienne », Paris, 2005.

24-MERCKLE Pierre, « Les réseaux sociaux, les origines de l'analyse des réseaux sociaux », CNED/ens-Ish, 2003-2004.

25-MERCKLE Pierre, Sociologie des réseaux sociaux, éd. La découverte et Syros, Paris, 2004.

26-MONTOUSSE Marc et RENOARD Gilles, 100 fiches pour comprendre la sociologie, éd. Bréal, Paris, 2009, p.38.

27-PLOCINICZAK Sébastien, l'EMBEDDEDNESS en question : « De la métaphore polanyienne originelle à sa conceptualisation granovetterienne au sein de la sociologie économique structurale des marchés », Congrès national de sociologie de l'AFS, Atelier l'encastrement social de l'économie, mardi 24 février 2004, 14h 30-16h 30, pp (1-40).

28-ROBERT André D.et BOUILLAGUET Annick, L'analyse de contenu, éd. PUF, 1997, p.21.

29-SOUIDI R., FERFERA M.Y. et AKROUF T., « Les entrepreneurs, le territoire et la création d'entreprises : Enquête à Boughni », les cahiers de CREAD, N°51, Alger, 2000 pp (45-70).

30-STEINER Philippe, « Granovetter Mark, le marché autrement, les réseaux dans l'économie », Revue française de sociologie, volume 42, N°2, 2001, pp (381-383).

31-STEINER Philippe, la sociologie économique, éd. La découverte, Paris, 1999.

32-TOUNES Azzedine et ASSALA Khalil, « Influences culturelles sur les comportements managériaux d'entrepreneurs algériens », 5<sup>ème</sup> congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat, Sherbook, Canada, 2007, pp (1-25).

33-TRIGILIA Carlo, sociologie économique, Etat, marché et société dans le capitalisme moderne, éd. Armand Colin, Paris, 2003.

34-Document interne non publié : Revue annuelle d'information de la commune de AIN EL HAMMAM « Alma n'syla infos », N°01/2010, p.02, p.05, p.23 et p.24.