



## **Les Facteurs De Motivation De L'entrepreneur Algerien** **The Motivation Factors Of The Algerian Entrepreneur**

BEDOUI Samiya<sup>1</sup>, MANSOURI Houari<sup>2</sup>, BEN AYAD Mohamed Samir<sup>3</sup>

1- Ecole supérieur de commerce, Kolèa, [samiabedoui5@gmail.com](mailto:samiabedoui5@gmail.com),

2- Université d'Adrar, [sayah.2013@yahoo.fr](mailto:sayah.2013@yahoo.fr)

3- Université Sidi BELABBAS, [benayadamir@yahoo.fr](mailto:benayadamir@yahoo.fr)

Reçu le: **2019-02-04**

Accepté le: **2019-08-09**

### **Résumé -**

L'entrepreneuriat est le pilier de d'innovation et de la compétitivité des nations. Il se caractérise principalement par l'acte de création d'entreprise initié par une volonté individuelle d'un futur entrepreneur. De ce fait, la capacité de création d'entreprise est pour chaque pays, la résultante de nombreux facteurs liés aux opportunités et aux potentialités individuelles.

Le but de notre réflexion consiste à étudier un certain nombre de questions, pour la compréhension de l'initiative entrepreneuriale en Algérie, et ceci, en portant une attention particulière sur la motivation de l'entrepreneur.

Il ressort de notre étude que la plupart des entrepreneurs ont un fort sentiment d'indépendance et d'autonomie et la volonté d'être le chef de l'entreprise. Cette caractéristique est la principale motivation pour se lancer en affaire. La création de petite et moyen entreprise (PME) privée dans en Algérie est la résultante d'un ensemble de facteurs qui sont : l'âge de l'entrepreneur, le niveau d'instruction, les expériences professionnelles antérieures ainsi que le savoir-faire, le milieu familial et social dans lequel l'individu évolue et en fin la disponibilité des ressources financières provenant des aides de l'état.

### **Mots clés:**

Entrepreneuriat, innovation, création d'entreprise, Motivation, Entourage Familial.

**Abstract:**

Entrepreneurship is the pillar of innovation and competitiveness of nations. It is mainly characterized by the act of company creation initiated by an individual will of a future entrepreneur. As a result, entrepreneurship capacity is for each country, the result of many factors related to individual opportunities and potentialities.

The purpose of our reflection is to study a certain number of questions, for the understanding of the entrepreneurial initiative in Algeria, and this, paying particular attention to the motivation of the entrepreneur.

Our study shows that most entrepreneurs have a strong sense of independence and autonomy and a willingness to be the head of the business. This characteristic is the main motivation to start a business. The creation of private small and medium company in Algeria is the result of a set of factors which are: the age of the entrepreneur, the level of education, the previous professional experiences as well as the know-how, the family and social environment in which the individual evolves and in the end the availability of financial resources from state aids.

**KEYWORDS:** Entrepreneurship, innovation, Business creation, Motivation, Family circle

## 1. Introduction

On ne saurait imaginer une société moderne sans la création d'entreprise. L'entrepreneur crée l'entreprise et l'entreprise crée la richesse et l'emploi (Fortin, 2002). Ensemble, ils déterminent, pour une large part, le rôle et la place des régions, ethnies, nations, pays et continents dans la sphère internationale.

Aujourd'hui, l'entrepreneuriat constitue un phénomène qui attire de plus en plus de chercheurs dans les domaines de l'économie et de la gestion.

En Algérie, l'intérêt pour la Petite et Moyenne Entreprise a été tardif, ce n'est qu'à partir des années 80, et suite aux conséquences du choc pétrolier de 1986 que l'initiative privée a été enfin libérée ce qui nous a poussé à réaliser une recherche qui nous aidera à mieux comprendre les motivations qui poussent les individus à entreprendre et tirer profit de ce nouveau climat des affaires.

L'objectif de notre recherche consiste à décrire et expliquer la dynamique entrepreneuriale en Algérie.

L'idée centrale de notre recherche est de comprendre les principaux facteurs qui contribuent activement à la création des petites et moyennes entreprises privées. On portant une attention particulière sur les différentes motivations liées à ce phénomène poussant l'entrepreneur algérien à entreprendre.

Pour mieux cerner la dynamique entrepreneuriale en Algérie, nous allons procéder à l'observation des acteurs eux-mêmes ; pour ce faire, notre étude portera sur la question centrale suivante : *«Quelles sont les motivations de l'entrepreneur algérien à l'égard de la création de son entreprise? »*

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

Notre étude empirique est réalisée à l'aide d'une enquête par un questionnaire élaboré par le CREAD, administré auprès d'un échantillon de 100 entrepreneurs.

Les questions portent essentiellement sur trois phases :

-Phase I : Présentation et identification de l'entrepreneur

-Phase II : caractéristiques de l'entreprise créée

-Phase III : les motivations de l'entrepreneur à l'égard de la création de son entreprise

Le traitement des données a été réalisé par un logiciel Microsoft Excel. Les questionnaires ont été vérifiés et codifiés pour constituer une base de données à partir de laquelle des statistiques ont pu être opérées à l'aide du logiciel Microsoft Excel.

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

## **2- Revue de la littérature autour de l'entrepreneuriat**

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

La littérature relative au concept d'entrepreneuriat propose une grande variété de définitions. Selon Verstraete (2000) «L'entrepreneuriat est un phénomène trop complexe pour être réduit à une simple définition, son

intelligibilité nécessitant une modélisation. Cette complexité exclut la possibilité d'une délimitation stricte et univoque de ses frontières sémantiques»<sup>[1]</sup>

L'entrepreneuriat <sup>[2]</sup>une dynamique de changement pour l'individu, ce dernier, en s'investissant dans la création de son entreprise, est susceptible de changer de savoir-faire, d'attitude, de valeurs, de statut social, etc. En ce sens, l'entrepreneuriat est le rapport entre (individu/création de valeur).

Pour comprendre le phénomène d'entrepreneuriat, nous retenons la synthèse présentée par Danjou (2002)<sup>[3]</sup>, qui selon elle l'entrepreneuriat est un champ de recherche caractérisé par trois grands aspects : l'acteur, l'action et le contexte entrepreneurial.

**A. Le contexte entrepreneurial :** L'étude du contexte entrepreneurial fait apparaître la relation qui existe entre l'activité entrepreneuriale et son environnement socio-économique : Quel contexte économique, culturel et social favorise l'entrepreneuriat ?

**B. L'entrepreneur (l'acteur) :** L'entrepreneur est l'acteur du processus entrepreneurial, plusieurs auteurs ont étudié les caractéristiques de ce dernier en premier lieu car c'est lui l'initiateur de l'évènement (l'acte entrepreneurial).

Selon les chercheurs, la compréhension du champ de l'entrepreneuriat nécessite la connaissance de son acteur qui est l'entrepreneur, en étudiant ses caractéristiques psychologiques, personnelles et démographiques ; « une personne qui prend l'initiative de rassembler certains moyens dans une certaines formes et pour un certain but. Cette entité dispose d'une relative autonomie et la personne qui en a eu l'idée la dirige et en prend le risque »<sup>[4]</sup>.

**C. L'action (l'activité entrepreneuriale) :** Selon Gartner (1988) « la recherche sur l'entrepreneuriat devrait se focaliser sur ce que fait l'entrepreneur et non sur ce qu'il est »<sup>[5]</sup>.

Considéré comme acteur, l'entrepreneur réalise un certain nombre d'actions tels que : la création d'une activité nouvelle, la détection des opportunités, l'élaboration d'une stratégie lui permettant un meilleur fonctionnement pour la réalisation de ses objectifs.

## **2.2. - Les conceptions dominantes de l'entrepreneuriat**

Alain Fayolle et Vestraete (2005)<sup>[6]</sup> identifient quatre paradigmes, qui permettent de cerner le domaine de la recherche en entrepreneuriat : la détection-construction-exploitation d'une occasion d'affaire (opportunité), la création d'une organisation, la création de valeur et l'innovation.

### **2.2.1. Paradigme de l'opportunité d'affaires:**

Il repose sur l'idée que l'entrepreneuriat est un processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation des opportunités. La construction de ce paradigme s'inspire largement des travaux de Schumpeter (1935) et de Kirzner (1973).

Schumpeter souligne l'importance de l'innovation qui constitue l'entrepreneuriat, tandis que Kirzner met en évidence l'importance de la découverte d'opportunité dans les marchés. L'ensemble de ces travaux ont en commun la mise en évidence de l'entrepreneur comme étant un acteur à la recherche d'opportunité et de profit.

Par contre pour Alain Fayolle, l'opportunité entrepreneuriale se construit au cours du processus de création de l'activité et non pas qu'elle soit le point de départ à découvrir de ce processus.

### **2.2.2. Paradigme de la création d'une organisation**

La conception de Gartner (1995) repose sur l'idée que l'entrepreneuriat est un phénomène consistant à créer une nouvelle organisation. Il porte principalement sa réflexion sur le concept d'émergence organisationnelle. Il a distingué le phénomène de création d'une organisation des autres phénomènes organisationnels. Il a illustré l'acte de création par une citation de Collins et Moore (1964), où ces derniers reconnaissent aux entrepreneurs la capacité de transformer leurs rêves en action par la création d'une affaire.

Dans cette vision, l'analyse de l'entrepreneuriat revient à étudier la naissance de nouvelles organisations, c'est-à-dire les activités par lesquelles le créateur mobilise et combine des ressources pour transformer l'opportunité en un projet.

### **2.2.3. Paradigme de la création de valeur**

La création de valeur a été identifiée comme un thème situé au cœur de l'entrepreneuriat. Pour Bruyat inspiré des travaux de Gartner (1993), L'objet étudié dans le champ de l'entrepreneuriat est celui du rapport individu-crédation de valeur. L'entrepreneur est une condition nécessaire pour l'apparition du résultat, et de même, le résultat est une condition nécessaire pour que l'entrepreneur existe.

### **2.2.4. Paradigme de l'innovation**

La théorie économique s'est intéressée tardivement à l'innovation. Parmi les premiers qui ont travaillé sur le concept, Joseph Schumpeter, qui considère que la firme innovatrice crée une rupture dans les conditions de la concurrence car elle dispose d'un avantage compétitif.

« L'entrepreneuriat et l'innovation sont associés depuis que l'économiste autrichien Joseph Schumpeter a évoqué la force du processus de destruction créatrice qui caractérise l'innovation »<sup>[7]</sup>.

P. André Julien et Michel Marchesnay ont affirmé que le moteur de l'entrepreneuriat est l'innovation. Elle constitue le fondement de l'entrepreneuriat, puisque celle-ci suppose des idées nouvelles pour offrir ou produire de nouveaux biens ou services, ou, encore, pour réorganiser l'entreprise. L'innovation, c'est créer une entreprise différente de ce que nous connaissions auparavant, c'est découvrir ou transformer un produit, c'est proposer une nouvelle façon de faire, de distribuer ou de vendre.

## **3.- Evolution de la dynamique entrepreneuriale en Algérie**

En Algérie, la nouvelle forme de développement se tourne vers la création d'entreprises privées particulièrement les PME qui sont considérées comme un vecteur de croissance, un générateur d'emplois, et un moteur de progrès socio-économique.

### **3.1. La définition de la PME**

La définition de la PME, adoptée par l'Algérie, est basée sur les trois critères suivant : les effectifs, le chiffre d'affaires et le bilan annuel. La PME<sup>[8]</sup>, quel que soit son statut juridique, est définie comme étant une entreprise de production des biens et des services employant de 1 à 250 personnes, dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 2 milliards de Dinars. Cette loi sur les PME distingue trois types d'entreprises :

**-La moyenne entreprise** est une entreprise employant de 50 à 250 personnes et dont le chiffre d'affaires est compris entre 200 millions et 2 milliards de Dinars ou dont le total du bilan est compris entre 100 et 500 millions de Dinars.

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

**-La très petite entreprise (TPE)** ou micro-entreprise, y est définie comme une entreprise employant de 1 à 9 employés et réalisant un chiffre d'affaires annuel inférieur à 20 millions ou dont le total du bilan n'excède pas 10 millions de Dinars.

### **3.2. Evolution des PME privées**

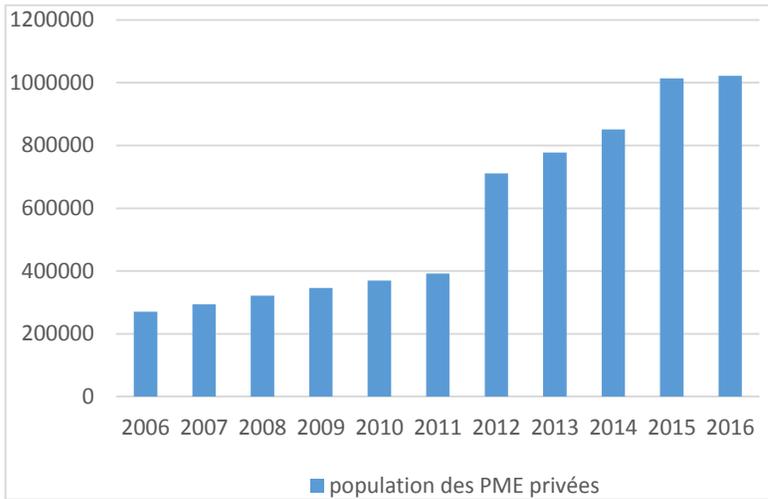
Depuis l'adoption du nouveau code des investissements en 1993, l'Algérie est rentrée dans une nouvelle politique de promotion de l'investissement. Le nombre connaît une croissance continue.

Des statistiques ont démontrées que 75% des PME recensées en 2005 ont été créés après ce nouveau code et que plus de 35% ont été créé durant les cinq années (2000- 2005)<sup>[9]</sup>.

Les dispositions relatives au développement des investissements se sont renforcées en 2001 et une nouvelle loi d'orientation des PME a été promulguée afin de promouvoir l'entrepreneuriat.

La croissance des entreprises privées connaît une évolution positive d'une année à une autre. Le nombre de création des PME privées était largement inférieur à 1000 avant 1990 et atteint 100 000 entreprises en 2000 et a continué son augmentation pour dépasser les 300 000 entreprises en 2008<sup>[10]</sup>.

**Figure n°1.-** Evolution de la population des PME privées de 2006 à 2016



**Source :** réalisée par nous à partir des données du ministère de l'industrie et des mines.

Durant l'année 2016, le nombre de PME a augmenté de 88 052 nouvelle PME par rapport à l'année 2015, soit une augmentation de 9,42%.

#### **4.- Analyse des résultats de l'enquête:**

##### **4.1. 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 évolue dans un milieu qui l'influence, et sur lequel il a des effets par son action créatrice.

Selon les résultats de notre enquête, les hommes représentent une part très importante, au sein de la catégorie entrepreneur. En effet, sur 100 entrepreneurs enquêtés, 85 sont des entrepreneurs-hommes, soit 85% de la population enquêtée. La part des femmes entrepreneuses est beaucoup moins importante que celle des hommes, elle ne représente que 15 % de la population enquêtée. Ceci montre que la fonction de l'entrepreneur reste une activité propice aux hommes.

La tranche d'âge des entrepreneurs au moment de la création effective de leur entreprise est comprise entre 30 et 35 ans avec une part de 30%, suivie par la catégorie de 25-30 ans ; A partir de ces données, nous déduisons que l'entrepreneur se lance dans la création, à un âge mature, après avoir acquis une certaine expérience professionnelle et rassembler les

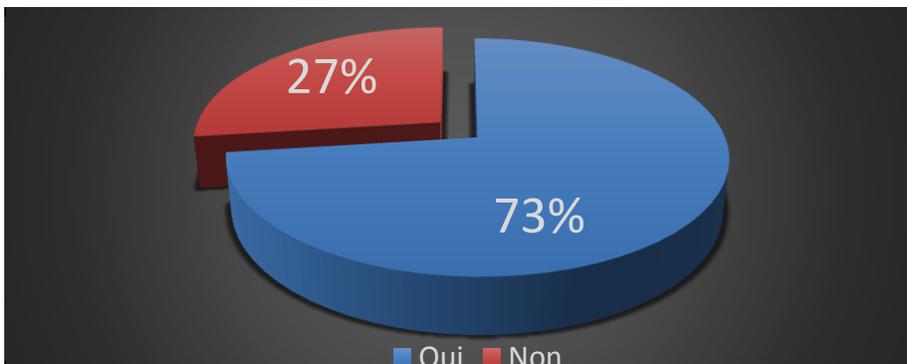
capitaux nécessaires à l'investissement.

La catégorie des moins de 20ans à 25ans représente les entrepreneurs précoces qui font partie généralement du secteur commercial, artisanal, 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 ils sont issus d'une famille entrepreneuriale.

Selon B. ZARCA : « *l'héritage d'un capital économique et social accumulé par les générations antérieures dispense d'une accumulation préalable à l'installation, en d'autres terme, il fait gagner du temps* »<sup>[11]</sup>.

En ce qui concerne le parcours professionnel, les études et formations suivies ont également une influence sur le choix du secteur d'activité, et par la suite sur le mode de gestion de l'entreprise une fois mise en route. En effet, « *la formation et le niveau d'instruction de l'entrepreneur influent toujours sur les choix qu'il effectue en ce qui concerne l'activité. La dimension, le financement et le mode de gestion de l'entreprise sont des conditions nécessaires qui permettent de déboucher sur l'innovation en tous genre* »<sup>[12]</sup>.

**Figure n°2.-** présentations de la situation professionnelle avant la création

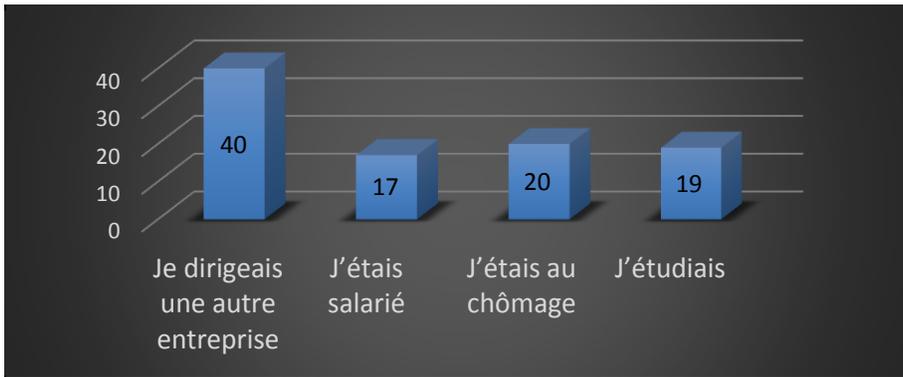


**Source:** réalisé par nos soins

L'ensemble des entrepreneurs enquêtés ont au moins un niveau d'étude primaire, sur les **100** entrepreneurs enquêtés, 34% ont atteint un

niveau secondaire et 44% ont un niveau universitaire. Notons aussi que, sur les 100 entrepreneurs enquêtés, 18 d'entre eux, ont effectué une formation professionnelle (soit 18%) du total en plus de leur niveau d'étude et 73% des entrepreneurs enquêtés ont déclaré avoir eu une expérience professionnelle avant la création de leur propre entreprise.

**Figure n°3.-** le contrat de travail des entrepreneurs dans leurs professions antérieures



**Source:** réalisé par nos soins

Suivant leurs déclarations 87 entrepreneurs travaillaient avant la création de leur entreprise, 70% d'entre eux étaient des cadres dirigeants ou des propriétaires et gérants en même temps (présenté par la réponse Autres). Tandis que 30% étaient des salariés, dont 17% étaient des cadres simples et 13% de cadres supérieurs.

Même si les entrepreneurs enquêtés avaient un travail et un salaire fixe et même des hauts statuts, mais ils avaient toujours le sentiment de vouloir être libre et indépendants. Chose qui confirme beaucoup plus ce qui était acquis dans la partie théorique concernant les in

citations à la création « Besoin d'indépendance » (Collins et Moore).

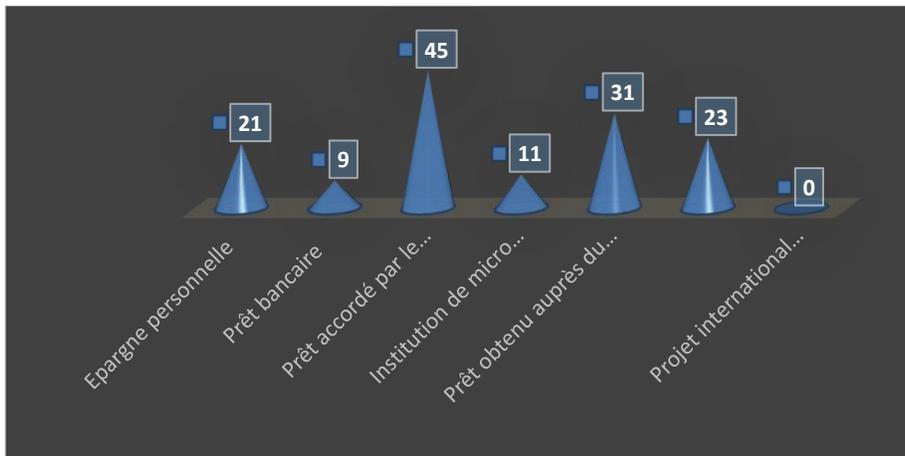
## 4.2. Caractéristiques de l'entreprise créée:

Notre échantillon est constitué en grande partie d'entreprises classées dans la catégorie de micro entreprises comprenant entre [1-9] employés. Elles représentent 69% du total (soit 69 unités). Suivi de la catégorie de petite taille comprenant [10-49] employés avec un taux de 21% du total (soit 21 unités).

Aussi, il y a lieu d'observer 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.

Du fait des difficultés d'accès à des prêts bancaires, l'entrepreneur recourt à des méthodes informelles afin de rassembler les capitaux nécessaires.

**Figure n° 4.-** La 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 des prêts gouvernementaux soit 45%, généralement c'est le cas de ceux qui ont bénéficié du dispositif ANSEJ.

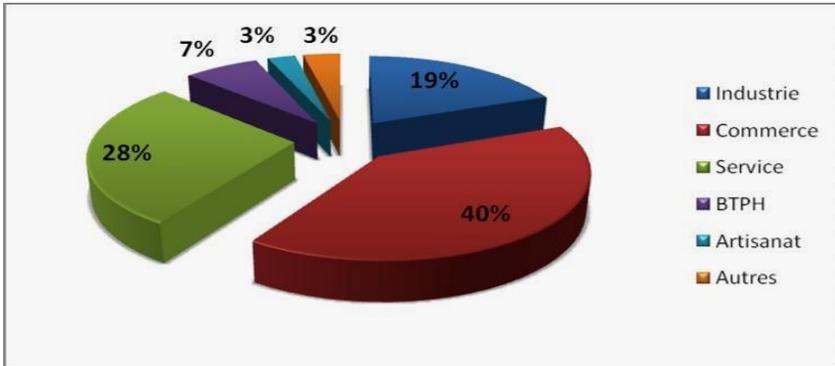
Il est à noter que la famille constitue une source importante de financement après l'aide de l'état, avec laquelle l'entrepreneur puisse lancer son projet, surtout lorsque les contraintes d'accès aux prêts bancaires subsistent.

L'analyse des entreprises de notre échantillon selon leur statut juridique fait ressortir quatre modalités à savoir, des entreprises individuelles, des sociétés à responsabilité limitée (SARL), des entreprises unipersonnelles à responsabilité limitée (EURL) et des sociétés par action (SPA) ; il ressort de nos résultats que la plupart des entreprises enquêtées sont des entreprises individuelles (soit 56%) c'est la forme la plus simple pour débiter dans les affaires en créant des micros entreprises.

La forme juridique SARL concerne 30% des entreprises enquêtées, les entrepreneurs optent pour cette forme en raison du capital nécessaire relativement faible. Les associés peuvent prendre part dans plusieurs entreprises en même temps. Ainsi en cas de faillite, les risques sont limités aux apports de chaque associé en capital social de la société créée. Suivi par la forme EURL avec un taux de 12%, la SPA représente un taux de 2%, tandis qu'aucune société en nom collectif (SNC) n'est présente dans l'échantillon.

Notre échantillon est constitué de 100 entreprises appartenant aux différentes branches d'activités comme l'industrie, le bâtiment et les services :

**Figure n°5.-** La répartition des entreprises enquêtées selon le secteur d'activité



**Source:** réalisé par nos soins

Selon la figure, nous avons constaté que notre échantillon abrite six (06) secteurs d'activités. La plus grande fréquence revient au secteur du commerce avec 40 unités, soit 40% des entreprises enquêtées, suivi du secteur des services avec 28 unités soit 28% du total, la troisième position est celle du secteur industriel avec 22 unités dont 4 unités sont réservées par le secteur agroalimentaire et le reste (18 unités) comporte différents secteurs : industrie du cuir, chimie, plastique et autres.

Le secteur du bâtiment et travaux publics est représenté par sept (07) unités soit 7% du total tandis que 3% représenté par la réponse « Autres » sont caractérisés par l'activité artisanale.

### 4.3. Les motivations à l'égard de la création d'entreprise

La famille constitue dans la plupart des cas, le pivot du projet entrepreneurial, puisque celle-ci exerce souvent une influence sur ce dernier, lui fournit les capitaux nécessaires et s'implique davantage dans la gestion de l'entreprise. Le lien familial dans ce cas est le support de base de l'acte entrepreneurial.

Dans le milieu familial, l'entrepreneur peut trouver une aide inestimable pour le lancement de son entreprise. Elle peut être une assistance matérielle, une contribution financière, foncière, ou morale par des encouragements et les différentes aides.

D'autre part, le résultat montre que plus de la moitié de

l'échantillon, ont répondu par «oui» sur la question « y-a-t-il des entrepreneurs dans votre entourage ? », soit 67% des entrepreneurs enquêtés, contre 33% de réponses négatives.

Le fait d'avoir dans la famille des modèles d'entrepreneurs est généralement considéré comme un facteur influençant positivement les intentions de l'entrepreneuriat. Ainsi, des individus dont les parents ou les proches possèdent ou ont déjà possédé une entreprise seraient plus prédisposés à créer des entreprises.

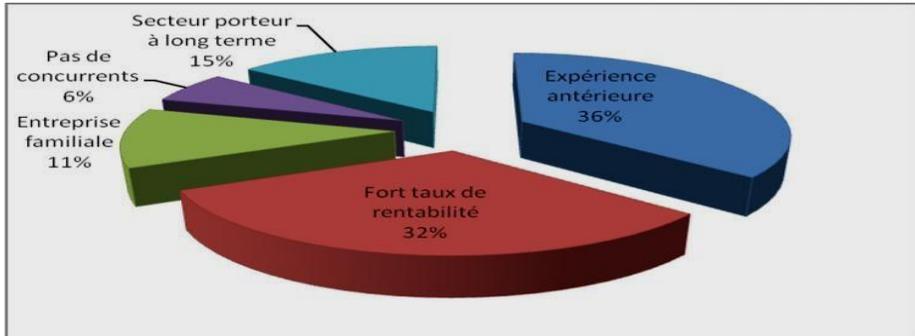
Les résultats de notre enquête montrent que 28% des entrepreneurs enquêtés ont des parents dans le domaine entrepreneurial. 25% ont des amis chefs d'entreprise, 14% représentent des frères et sœurs et 19% sont présentés par la réponse « Autres » incluant les cousins, conjoints, entourage....etc.

L'entrepreneur est généralement doté d'un fort sentiment d'indépendance et d'autonomie et un besoin d'être son propre chef, pour réaliser ses rêves et ambitions. Chose qui se confirme d'après les résultats de notre enquête, 19% des entrepreneurs ont affirmé avoir créé leur entreprise dans le but d'assurer leur propre emploi, ne subir aucune autorité et ne pas recevoir d'ordres d'un supérieur hiérarchique ;

« Améliorer la situation familiale » est citée en second lieu par 17% des entrepreneurs, en troisième position on trouve les entrepreneurs qui se sont lancés dans les affaires pour se valoriser « La réalisation de soi » avec 14% et 11% pour les entrepreneurs qui veulent avoir un travail sur mesure.

Nous constatons que le facteur principal qui guide les entrepreneurs dans le choix du secteur d'activité, est l'existence du savoir-faire et d'expériences antérieures avec un taux de 36%. 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 où ils ont créé leurs entreprises ; Certains entrepreneurs avec un taux de 32% des enquêtés ont déclaré avoir choisi un secteur qui est caractérisé par un fort taux de rentabilité. De plus, 15% des entrepreneurs pensent que leur choix est déterminé par le fait, que le secteur d'activités soit porteur à long terme.

**Figure n°6.-** Les déterminants du choix de secteur d'activité



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

## 5.- Conclusion

La dynamique entrepreneuriale est considérée comme un processus qui marque une évolution en termes de création et de développement d'entreprises. L'analyse de cette dynamique consiste à évaluer le mouvement de création d'entreprises dans une économie donnée. Les données statistiques montrent que le secteur de la PME privée en Algérie a fait, ces dernières années, une avancée considérable par rapport aux années précédentes. Mais comparativement aux pays développés, cette dynamique reste relativement faible.

Il ressort de notre enquête que les entrepreneurs sont pour la majorité des hommes, ayant un âge compris entre 30 et 50 ans. Dans la majorité des cas, ils sont à la fois propriétaires et gérants de leur entreprise.

D'une manière générale, La forme juridique dominante est l'entreprise individuelle suivie par la SARL. Leur financement initial provient majoritairement des prêts accordés par le gouvernement dans le cadre des différents dispositifs d'aide à la création d'entreprises. Elles sont majoritairement des micros entreprises. De plus nous avons constaté que la plupart des entrepreneurs investissent essentiellement dans les secteurs où ils possèdent un savoir-faire, et qui offrent des taux de rentabilité élevés.

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. En effet, la majorité des entrepreneurs ont affirmé que les relations familiales et personnelles

sont à l'origine de l'idée de la création du projet.

De plus, disposer d'un entourage entrepreneurial constitue des opportunités non négligeables, que ce soit en matière de conseils ou d'imprégnation du métier de dirigeant.

A travers notre enquête, la plupart des entrepreneurs ont été influencés par leurs parents et sont issus d'un entourage entrepreneurial, ce qui confirme notre troisième hypothèse

Il ressort également de notre analyse que notre première hypothèse est confirmée car 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 avant de se lancer dans le secteur d'activité de l'entreprise créée (hypothèse vérifiée) ce qui leur permet d'acquérir et de perfectionner des techniques de production, une maîtrise du métier, ainsi que la possibilité de tisser différents réseaux.

Cette dynamique du secteur privé, est due, principalement, à la disponibilité des moyens de financement (aide de l'état, apport personnel et capitaux familiaux) qui permet aux entrepreneurs de se lancer en affaires ce qui confirme notre deuxième hypothèse.

Notre étude montre que les enquêtés sont motivés, principalement, dans leur acte entrepreneurial par la recherche d'autonomie, du profit et la volonté de créer de l'emploi. Il est à noter que les caractéristiques les plus importantes pour réussir en affaires sont celles du leadership et de la détention d'un réseau relationnel.

Enfin, La création d'entreprise en Algérie est la synthèse d'un engagement individuel et d'un environnement propice à l'entrepreneuriat. Elle est la résultante d'un ensemble de facteurs liés à l'environnement immédiat de l'entrepreneur (relations familiales, amicales et professionnelles).

Compte tenu du rôle des PME dans la restructuration de l'économie, il faut avant tout que les gouvernements favorisent l'entrepreneuriat, facilitent la création et le développement des entreprises et motivent les individus désirant entreprendre notamment en améliorant l'accès au capital-risque et autres formes de financement. C'est dans cette perspective que le gouvernement doit favoriser le développement de marchés secondaires des valeurs, afin de faciliter l'entrée et la sortie des investisseurs de capital risque ; d'alléger la fiscalité des plus-values en capital et autres dividendes ; de faciliter le développement des stock-options dans les petites entreprises. Ils doivent encourager aussi les réseaux qui rapprochent petites entreprises et investisseurs potentiels.

Les pouvoirs publics locaux, régionaux et nationaux peuvent favoriser les liens entre petites entreprises en mettant en place des cadres de partenariat public/privé et interentreprises. Leur rôle est en général indirect et consiste à aider au développement des compétences et à dégager des moyens, tout en éliminant les contraintes qui s'opposent à une plus forte interaction entre les entreprises.

## 6.- Références

- 
- [1] Verstraete T, « Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », Editions EMS, 2000, p11.
- [2] Bruyat C. (2001), créer ou ne pas créer : une modélisation du processus d'engagement dans un projet de création d'entreprise , Revue de l'entrepreneuriat, vol 1.
- [3] Danjou I. (2002), L'entrepreneuriat :un champ fertile à la recherche de son unité , Revue Française de gestion, N°138, pp108- 123.
- [4] Hernandez . (2001), l'entrepreneuriat, approche théorique, l'Harmattan, France, p74.
- [5] Danjou I ,Op.cit, p115
- [6] Verstraete T, Fayolle A. (2005), Paradigmes et entrepreneuriat, Revue de l'entrepreneuriat, vol 4, N°1.
- [7] Fayolle A. (2004), Entrepreneuriat : Apprendre à entreprendre, Dunod, Paris, p10.
- [8] Journal officiel de la république Algérienne., (2001), Chapitre II, article 4, n°77, 2001, p 5.
- [9] ASSALA Khalil, « PME en Algérie, de la création à la mondialisation », 8e CIFEPME, communication dans le colloque international « l'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales », 25,26 et 27 Octobre 2006, p2.
- [10] Mme Benyahia-TAIBI, Mme Djemane- SEGUINI. (2008), l'évolution du rôle des PME privées dans le développement économique en Algérie : synthèse macroéconomique , p12.
- [11] Cité par Aknine.R, Souidi.R., le profil des créateurs d'entreprises en Kabylie : Le poids de la famille et l'incidence du chômage dans la création d'entreprises , p5.
- [12] Souidi.R, Ferfera M.Y, Akrouf T. (2004), Les entrepreneurs, le territoire et la création d'entreprises : Enquête à Boghni, Cahiers du CREAD, n°51, p54.