

ENTREPRENEURIAL PROJECT'S KEY SUCCESS FACTORS: THE BUSINESS LEADERS FORUM MEMBERS CASE IN ALGERIA

LES FACTEURS CLES DE SUCCES D'UN PROJET ENTREPRENEURIAL: CAS DES ENTREPRISES ADHERENTES AU FORUM DES CHEFS D'ENTREPRISE EN ALGERIE

***Meriem ATOUSSI**

Ecole Supérieure de Commerce, Koléa, Algérie
myriam.atoussi@yahoo.fr

Amina BERREZIGA SENOUCI

Ecole Supérieure de Commerce, Koléa, Algérie
mk.senouci@gmail.com

Reçu le : 13/11/2019 **Accepté le :** 08/03/2020 **Publication en ligne le :** 01/06/2020

ABSTRACT: The literature review highlights entrepreneurship's and business creation's dominant role in economic development, thanks to the innovation these last can generate. However, these new companies face vulnerabilities which threaten their sustainability. The study purpose is to analyze the main Algerian entrepreneur's key success factors and difficulties. For that, we got a sample of 135 companies. The study results showed that these last face administrative, fiscal and financial dilemmas. Furthermore, the main business creation's key success factors are, mostly: the project passion, funds availability, advice and orientations.

Keywords: Business creation, Entrepreneurship, Entrepreneurs, Key Success Factors.

JEL Classification : M13 L21

RESUME : La revue de la littérature met en relief le rôle prépondérant de l'entrepreneuriat, et la création des entreprises dans le développement économique, grâce aux innovations qu'elles génèrent. Cependant, ces nouvelles entreprises font face à des vulnérabilités qui remettent en cause leur pérennisation. Le présent papier a pour objet d'analyser les principaux facteurs clés de succès, ainsi que les contraintes des jeunes entrepreneurs algériens. A cet effet, nous avons constitué un échantillon de 135 entreprises. L'étude a montré que ces dernières font face à des contraintes administratives, fiscales et financières. Par ailleurs, les principaux facteurs clés de succès d'une création d'entreprises sont, principalement: la passion du projet, la disponibilité du capital financier, le conseil et l'orientation.

Mots clés : Création d'entreprise, Entrepreneuriat, Entrepreneur, Facteurs Clés de Succès.

* Auteur Correspondant

1. INTRODUCTION :

L'entrepreneuriat, considéré comme un pilier important de la compétitivité et de la croissance des économies des pays, bénéficie d'un intérêt tout particulier de la part des économistes, des sociologues et des décideurs politiques. Plusieurs auteurs, s'accordent à affirmer que cet intérêt pour l'entrepreneuriat est, sans conteste, dû à la place qu'occupe la création d'entreprises dans le développement économique et social, à l'augmentation de la production et du revenu, à la résorption du chômage, à la diversification de l'industrie et à la promotion de l'innovation (Schumpeter 1935 : P177 ; Reynolds et al. 1994 : P453 ; Rasmussen et Sorheim 2006 : PP185-194 ; Minniti et Lévesque 2008 : PP603-612)

Il est reconnu que la création d'entreprise constitue un élément central du phénomène entrepreneurial. En effet, l'importance accordée à la création d'entreprise est le résultat de l'évolution des perspectives de croissance économique relatives à la création de nouvelles richesses, grâce notamment au processus d'innovation (Verstraete 2000 : PP2-4). Cependant, les entreprises nouvellement créées font toujours face à des vulnérabilités relatives au financement de départ, à l'environnement des affaires, mais aussi à l'entrepreneur, pour ce qui touche à son niveau de formation, ses ambitions et ses motivations.

Dans ce contexte, quatre éléments essentiels, relatifs à la réussite ou à l'échec de la création d'entreprise sont mis en relief. Il s'agit des facteurs touchant à l'individu créateur, au projet, à la méthode de création ainsi qu'à ceux inhérents à l'environnement et à l'entourage social et familial de l'entrepreneur (Gartner 1985 : P699)

En Algérie, la création des petites et moyennes entreprises est considérée comme le moteur de la dynamique et le développement économique. A ce titre, suite à l'engagement de l'Etat dans la voie de l'économie de marché, depuis les années 1990, on assiste à une multiplicité et à une multiplication des programmes pour la promotion de l'entrepreneuriat dans le pays. Toutefois, en dépit de tous ces programmes, les jeunes entrepreneurs algériens éprouvent d'énormes difficultés à imposer leur produit face à une compétitivité nationale et internationale jugée trop agressive. De ce fait, on constate que les résultats de la politique de l'Etat pour la promotion de l'entrepreneuriat demeurent embryonnaires et sans impact réel sur le développement économique.

Suite à la prise de conscience de l'importance de l'entrepreneuriat et de la création d'entreprise pour l'économie algérienne en général et l'individu en particulier, il nous a semblé opportun de nous pencher plus en profondeur sur ce sujet. A cet effet, l'objectif de notre travail de recherche sera, d'une part, mettre en valeur l'environnement actuel du phénomène de l'entrepreneuriat en Algérie, notamment ses contraintes et ses perspectives de développement, et d'autre part, établir une synthèse empirique sur les facteurs clés de succès des jeunes entrepreneurs algériens adhérents au Forum des Chefs d'Entreprise (FCE) en Algérie.

1. REVUE DE LA LITTERATURE :

La revue de la littérature englobe les principaux axes du concept de l'entrepreneuriat. Nous commençons par les définitions, en passant par les apports de l'entrepreneuriat à l'économie et les caractéristiques de l'entrepreneur, et en finissant par les facteurs clés de succès du projet entrepreneurial.

2.1. Définitions du concept de l'entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat est un phénomène complexe qui se présente sous plusieurs angles, qui renvoie à plusieurs autres concepts et qui peut être défini selon l'acte d'entreprendre lui-même, *l'entrepreneuriat*, ou selon la personne qui agit, *l'entrepreneur*.

Dans un contexte général, l'auteur de la théorie d'inefficience X (Leibenstein 1968 : P81), s'intéresse au degré d'inefficience dans l'utilisation des ressources au sein de la firme, soit parce qu'elles sont employées de manière inappropriée, soit parce qu'elles sont gaspillées. Dans ses résultats, il considère l'entrepreneuriat comme une réponse créative à l'inefficience X et présente l'entrepreneur comme moteur de la croissance.

2.2. Apports de l'entrepreneuriat à l'économie :

En tant que phénomène économique et social, les apports de l'entrepreneuriat à l'économie et à la société, sont considérables. Ils concernent, particulièrement, la création d'entreprises, le renouvellement du marché dans les différents domaines d'activités, la création d'emploi comme réponse au problème de chômage, la promotion de l'innovation et les opportunités innovantes (Mezghani et al. 2009 : P3).

De surcroît, les pouvoirs publics reconnaissent, chaque jour, qu'il constitue davantage un instrument efficace pour créer des emplois, augmenter la productivité et la compétitivité, mais aussi pour lutter contre la pauvreté et atteindre des objectifs sociétaux, dans la mesure où il aide certains segments de la population à se prendre en charge (OCDE 2004 : PP5-9).

2.3. Caractéristiques de l'entrepreneur :

L'entrepreneur englobe un ensemble de caractéristiques. La table suivante récapitule, d'une manière non exhaustive, les caractéristiques fréquemment attribuées aux entrepreneurs dans la littérature de la recherche.

Table N° 1 : Les caractéristiques fréquemment attribuées aux entrepreneurs

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

Source : FILION J. L., ANANOU C., SCHMITT C., « Réussir sa création d'entreprise sans business plan », Edition Eyrolles, Paris, 2012, p.23.

En dehors des qualités requises en matière de gestion d'entreprise, un entrepreneur doit remplir, en général, l'ensemble des critères englobés dans la table N°1. Cependant, ceci ne signifie nullement que tous les entrepreneurs présentent les mêmes caractéristiques.

2.4. Facteurs clés de succès du projet entrepreneurial :

Les recherches menées dans le domaine de l'entrepreneuriat, ont identifié plusieurs variables qui ont une influence sur la réussite ou l'échec de l'activité entrepreneurial. Quatre d'entre elles sont considérés comme essentiels (Gartner 1985 : PP699-700).

2.4.1. Facteurs liés à l'individu créateur :

Les caractéristiques de l'individu recouvrent différentes dimensions : la personnalité, les motivations et les compétences.

2.4.2. Facteurs liés au projet :

Ils regroupent deux dimensions qui influencent le processus entrepreneurial. D'une part, l'adéquation entre le projet et l'individu et, d'autre part, le capital financier.

2.4.3. Facteurs liés à la méthode de création :

Ils se réfèrent, à la fois, à l'accompagnement et à la rédaction d'un business plan.

2.4.4. Facteurs liés à l'environnement :

Un projet de création d'entreprise s'inscrit dans un environnement qu'il convient de prendre en compte. Deux dimensions sont concernées : les partenariats et l'entourage social.

3. METHODOLOGIE :

La méthodologie adoptée dans notre étude, est fondée sur une approche hypothético-déductive avec une démarche analytique.

3.1. Approche hypothético-déductive :

L'approche hypothético-déductive constitue le squelette de notre étude. C'est une méthode expérimentale qui consiste à construire une problématique, émettre des hypothèses, recueillir des données, puis tester les résultats obtenus pour affirmer ou infirmer les hypothèses.

3.1.1. Construction de la problématique :

Depuis plusieurs décennies, les efforts de l'Etat algérien pour encourager la création d'entreprises, ne sont plus à démontrer, mais sans impact réel sur l'économie du pays. De ce fait, nous avons décidé de nous pencher en profondeur dans ce domaine, en traitant la question suivante : « *Quels sont les principaux facteurs clés de succès d'une création d'entreprise par des jeunes entrepreneurs adhérents au Forum des Chefs d'Entreprise (FCE) en Algérie ?* »

3.1.2. Elaboration de l'hypothèse :

La revue de la littérature nous a permis d'avancer l'hypothèse suivante : « *Les facteurs clés de succès d'une création d'entreprise en Algérie seraient relatifs à des facteurs intrinsèques et extrinsèques à l'entrepreneur* ».

En sciences de gestion, il n'est pas possible d'apporter une réponse exacte, aussi, nous ne pouvons pas prouver qu'une hypothèse est tout à fait vraie, en tout temps et en tout lieu, en revanche nous pouvons prouver qu'elle est fausse.

3.1.3. Recueil des données :

Le recueil des données s'est fait à travers les principales méthodes de collecte de l'information à savoir : l'enquête documentaire, l'enquête qualitative et l'enquête quantitative.

3.2. Enquête documentaire :

L'enquête documentaire nous a permis de mettre en exergue les actions menées et les faiblesses du système de promotion de l'entrepreneuriat en Algérie, ainsi que les contraintes liées à la création de l'entreprise. Nous avons approfondi notre étude empirique en recourant aux enquêtes, à la fois, qualitative et quantitative.

3.3. Enquête qualitative :

Dans le cadre de notre étude qualitative, nous avons construit le guide de l'entretien et réalisé dix entretiens, par téléphone et en face à face, en appliquant le principe de saturation[†]. Les personnes interrogées sont des entrepreneurs adhérents au FCE, dont les entreprises sont installées au Nord, au Sud, à l'Est, et à l'Ouest de l'Algérie.

Sur la base des résultats de l'enquête qualitative, nous avons construits notre questionnaire, ainsi que ses modalités de réponses.

3.4. Enquête quantitative :

L'échantillon est défini comme : « *Toute entreprise adhérente au Forum des Chefs d'Entreprise installée en Algérie, dans tout secteur d'activité, avec un minimum une année, et au maximum dix ans d'existence, qui réalisent des taux de croissance réguliers* ». Notre choix s'est porté sur les phases de lancement et de croissance de l'entreprise puisque le risque de faillite y est très élevé. Il faut noter que, durant ces deux premières phases, les facteurs clés de succès sont les plus pertinents. Par ailleurs, rappelons que le facteur clé de succès est un élément qui a une relation avec les objectifs. Aussi, pour notre étude empirique, nous avons pris en compte cet élément pour les entreprises qui réalisent des taux de croissance durant les deux phases de lancement et de croissance.

Nous avons élaboré un questionnaire en ligne et constitué un échantillon comptant 135 entreprises. Aussi, le logiciel utilisé pour le traitement des données est Epi Info version 3.5.3.

4. RESULTATS

L'analyse empirique des trois enquêtes (documentaire, qualitative et quantitative), nous a permis d'établir une synthèse des efforts et des déficits de promotion de l'activité entrepreneuriale en Algérie.

Aussi, nous avons déterminé les contraintes à la création de l'entreprise, le profil des jeunes entrepreneurs algériens adhérents au FCE et leurs facteurs clés de succès.

4.1. Efforts et déficits de développement de l'activité entrepreneuriale en Algérie :

[†]Pour l'étude qualitative, l'échantillon comporte un petit nombre d'individus, qui présentent des profils variés, afin de pouvoir dresser un portrait le plus exhaustif possible du problème étudié. En théorie, les entretiens sont arrêtés lorsque ces derniers ne donnent aucune nouvelle information, par le principe de saturation. L'expérience montre que cela arrive avec dix à trente entretiens maximum (Godfroid2012 : PP234-236)

L'une des politiques du gouvernement algérien pour la relance de l'activité économique concerne la promotion de l'entrepreneuriat, à travers le déploiement de quatre facteurs primordiaux : la formation, le soutien à l'investissement, l'assouplissement de la fiscalité et la promotion de l'innovation.

4.1.1. Au plan de la formation :

Le budget consolidé de l'éducation nationale, de la formation professionnelle et de l'enseignement supérieur est le plus important des dépenses publiques algériennes. Signalons que la formation est gratuite à tous les niveaux, du primaire à l'université. Cependant, un chômage structurel s'installe dans le pays, avec un taux de 11,3% en 2015 contre 9,8% en 2013 (FMI 2015 : P13). Par ailleurs, les entrepreneurs algériens souffrent de l'absence d'une culture managériale due aux contenus des programmes de formation, qui se traduit par des diplômés avec un manque en matière de savoir-faire (Tounes2007 : P11)

4.1.2. Au plan de la politique de soutien à l'investissement :

La politique de soutien à l'investissement a pris deux formes en Algérie : le soutien à la demande globale pour la relance de la croissance économique et les dispositifs de soutien à l'investissement pour mettre à niveau l'infrastructure nationale. Toutefois, la mauvaise gouvernance, la corruption, la bureaucratie, la taxation élevée et le cadre juridique difficile ont limité les résultats escomptés. En effet, la note attribuée à l'Algérie, en termes de protection des investisseurs est de 5,3 sur 10 (Doing Business 2008 : P94), avec un Indice de Perception de la Corruption de 3,2 sur 10 (Transparency International 2007 : P9).

4.1.3. Au plan de la législation fiscale :

L'Algérie a opté pour deux types d'incitation à l'investissement avec deux régimes d'octroi d'avantages fiscaux : le régime général relatif aux investissements en dehors des zones à développer et le régime dérogatoire pour les investissements dans les zones à développer. Cependant, ces réformes n'ont eu pour effet qu'une réduction de l'impôt sur les bénéficiaires de 6,6%, ce qui place l'Algérie au 174^{ème} rang en termes de pression fiscale (Doing Business 2015 : P86).

4.1.4. Au plan de la promotion de l'innovation :

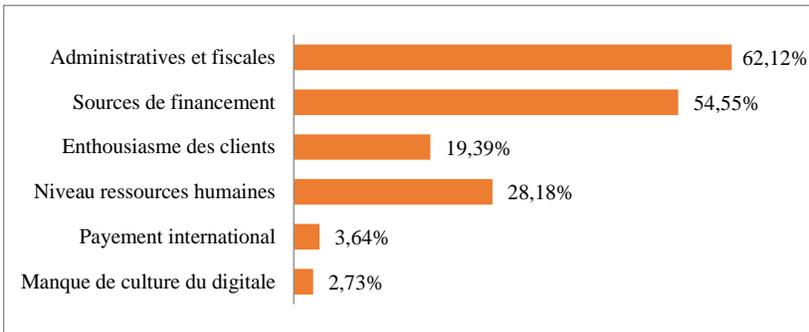
La politique publique en matière d'innovation en Algérie repose sur la valorisation des recherches par trois agences nationales : l'Agence Nationale pour le Développement de la Recherche Universitaire (ANDRU), l'Agence Nationale pour le Développement de la Recherche en Santé (ANDRS) et l'Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du Développement Technologique (ANVREDET).

Les statistiques de l'Institut National Algérien de la Propriété Industrielle (INAPI) montrent une augmentation du nombre de marques d'origine nationale, déposées en Algérie. Ces derniers étaient de 1237 en 2000, 1488 en 2003 et 2477 en 2006 (Meziane 2016 : P54). Néanmoins, il est difficile de se prononcer sur la réussite de la politique d'innovation en Algérie.

4.2. Contraintes à la création de l'entreprise en Algérie :

Dans un premier temps, nous avons demandé aux entrepreneurs, de nous indiquer les principales difficultés qu'ils ont rencontrées depuis la création de leur entreprise, selon une liste préétablie. Après dépouillement des réponses du questionnaire, les résultats sont synthétisés dans la figure N°1.

Figure N° 1 : Les contraintes à la création de l'entreprise



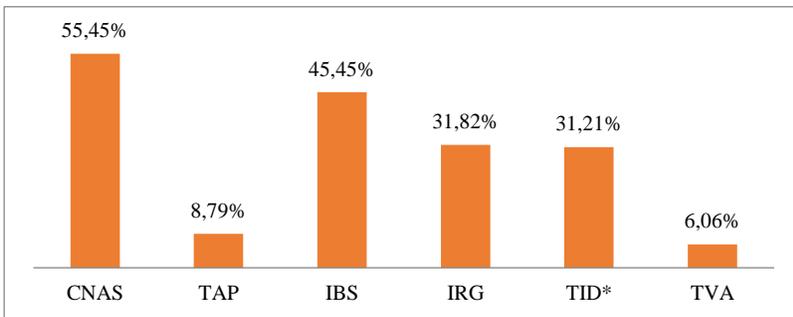
Source :Figure établie d'après les résultats statistiques de l'étude empirique

Les trois principales déceptions des entrepreneurs, depuis la création de l'entreprise, concerne les lourdeurs administratives, avec un taux de 62,12%, le manque des sources de financement, avec un taux de 54,55% et le mauvais niveau des ressources humaines, avec un taux de 28,18% (Figure N°1).

Par ailleurs, le manque d'enthousiasme des clients pour le produit de l'entreprise, les difficultés pour le paiement à l'international et le manque de culture pour le digital, sont aussi des sources de déceptions pour les entrepreneurs algériens.

Par la suite, nous avons demandé aux entrepreneurs de nous préciser les charges les plus pesantes pour leur entreprise. Leurs réponses sont présentées dans la figure N°.

Figure N° 2 : Les charges les plus pénalisantes pour l'entrepreneur



*TID : Taxes d'importation & de dédouanement

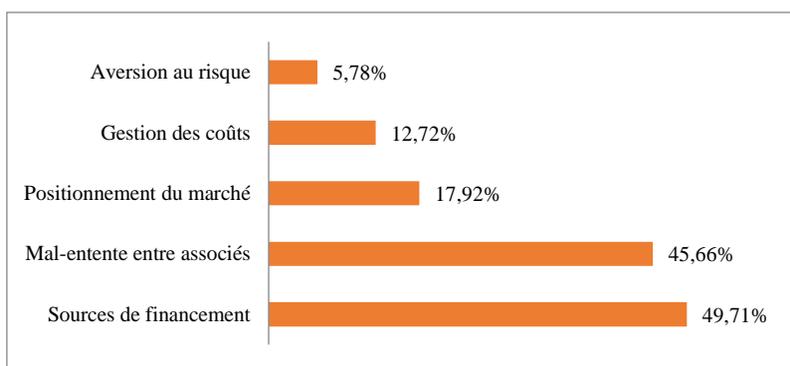
Source :Figure établie d'après les résultats statistiques de l'étude empirique

Les charges les plus importantes qui pèsent sur l'entrepreneur algérien, sont les charges sociales CNAS, pour un taux de 55,45%, l'impôt sur le bénéfice des sociétés (IBS),

pour un taux de 45,45%, l'impôt sur le revenu global (IRG), pour un taux de 31,82%, ainsi que les taxes d'importation et de dédouanement, pour un taux de 31,21% (Figure N°2).

Par ailleurs, 52,42% des entrepreneurs interrogés ont essuyé un échec quant à la création d'une entreprise. 49,71% d'entre eux déclarent que la principale raison de leur échec est due au manque de sources de financement. Quant aux 50,39% restants, ils déclarent que leur échec est dû à d'autres raisons, notamment : une mal-entente entre associés, un mauvais positionnement sur le marché et une mauvaise gestion des coûts. Les résultats sont synthétisés dans la figure N°3.

Figure n° 3 : Les raisons de l'échec de la création de l'entreprise



Source :Figure établie d'après les résultats statistiques de l'étude empirique

L'Algérie a connu une dégradation, entre 2014 et 2015, pour l'ensemble des critères de la facilité de faire des affaires.La tableN°2 récapitule le classement du pays sur 189 économies, selon le rapport de la Banque Mondiale de l'exercice 2015.

Table N° 2 : Classement de l'Algérie 2014 - 2015 : « Facilité de faire des affaires »

Domaines	Classement 2015	Classement 2014	Variations dans le classement
Création d'entreprise	141	139	-2%
Obtentions de prêts	171	169	-2%
Protections des investisseurs minoritaires	132	123	-9%
Paiement des taxes et impôts	176	174	-2%

Source:<http://français.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/algeria/>, 7/10/2015, 13h00

4.3. Profil des jeunes entrepreneurs algériens adhérents au FCE :

Les modalités de réponse du questionnaire sont d'ordre qualitatif. De ce fait, nous avons utilisé les outils de la statistique descriptive, notamment ceux de l'effectif, du pourcentage et du test de Khi2 de plusieurs pourcentages, avec un seuil de signification $\alpha = 5\%$. Les résultats les plus explicites, d'après le test de Khi2, sont résumés dans la table N°3.

Table N° 3 : Profil des jeunes entrepreneurs algériens adhérents au FCE

N°	Thème de la Question	Réponse	Pourcentage
1	Tranche d'âge	Entre 25 ans et 40 ans	84,85%
		Entre 18 ans et 25 ans	15,15%
2	Sexe	Homme	93,94%
		Femme	6,06%
3	Diplômes	Licence, Master, Ingénieur	93,94%
		Sans diplôme	6,06%
4	Expérience professionnelle	De 5 ans à plus de 10 ans	39,39%
		De 1 an à 5 ans	60,61%
5(*)	Modalité de développement de l'esprit d'entreprendre	Expérience professionnelle	59,39%
		Innée, dans la famille	42,73%
		Formation en entrepreneuriat	18,18%
6(*)	Caractéristiques psychologiques	Confiance en soi	79,09%
		Leadership	66,67%
		Créativité	63,33%
7	Type d'entrepreneur	Serial entrepreneur (**)	52,00%
		Entrepreneur familial	18,00%
		Entrepreneur Employé	15,00%
8(*)	Motivations pour entreprendre	Challenge personnel	64,55%
		Passion pour le projet	55,76%
		Opportunité à saisir	33,33%
9(*)	Importance de l'entrepreneuriat pour l'entrepreneur	Accomplissement personnel	60,91%
		Réaliser un rêve	40,00%
		Augmenter les revenus	34,24%

(*) Questions fermées à choix multiples.

(**) Serial entrepreneur : Un entrepreneur qui crée des entreprises en série.

Source :Table établie d'après les résultats statistiques de l'étude empirique

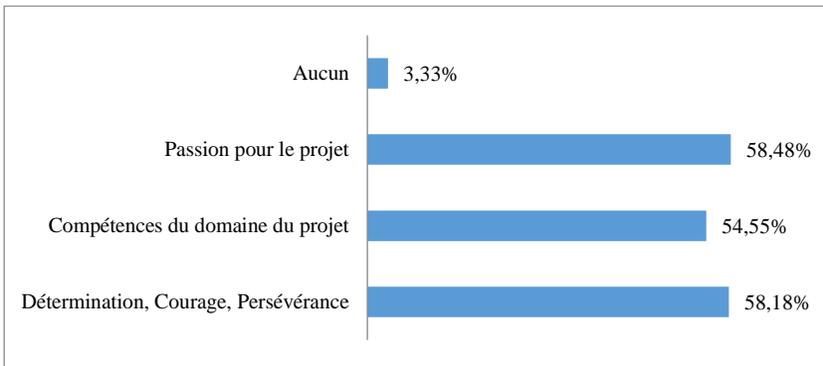
Selon le test de Khi2 de plusieurs pourcentages, avec un seuil de signification $\alpha = 5\%$, les entrepreneurs algériens, adhérents au FCE, sont, majoritairement, des hommes, âgés entre 25 et 40 ans, possédant plusieurs diplômes, avec une expérience professionnelle allant de 5 ans à plus de 10 ans. Ces entrepreneurs sont des Serial entrepreneurs, avec pour principales caractéristiques psychologiques la confiance en soi, le leadership et la créativité.

Les plus importantes sources de motivation pour entreprendre, sont relatives à un challenge personnel, une passion pour le projet et une opportunité à saisir. Enfin, l'entrepreneuriat représente, pour ces entrepreneurs, un accomplissement personnel, un rêve à réaliser et un moyen pour augmenter les revenus.

4.4. Les facteurs clés de succès des jeunes entrepreneurs algériens adhérents au FCE :

La synthèse empirique des facteurs clés de succès des jeunes entrepreneurs algériens adhérents au FCE, issue de l'étude quantitative, fait ressortir deux volets : les facteurs intrinsèques et les facteurs extrinsèques à l'entrepreneur. Les figures N°4 et N°5 résument ces derniers.

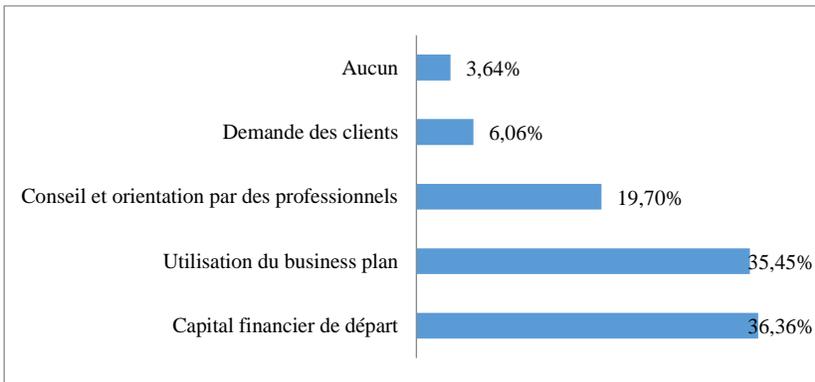
Figure N° 4 : Les principaux facteurs clés de succès intrinsèque à l'entrepreneur



Source :Figure établie d'après les résultats statistiques de l'étude empirique

Les facteurs clés de succès intrinsèques, selon les entrepreneurs interrogés sont relatifs à des facteurs psychologiques, tels que la détermination, le courage et la persévérance, la passion pour le projet, ainsi que les compétences relevant du domaine d'activité de l'entreprise.

Figure N° 5 : Les principaux facteurs clés de succès extrinsèque à l'entrepreneur



Source :Figure établie d'après les résultats statistiques de l'étude empirique

Selon les résultats de l'étude, les facteurs clés de succès extrinsèques à l'entrepreneur, sont relatifs à la présence du capital financier de départ, à l'utilisation du business plan, ainsi que le conseil et l'orientation donnés par des professionnels.

5. IMPLICATIONS ET LIMITES DE L'ETUDE

Notre étude présente plusieurs implications et de nombreuses limites que nous résumons comme suit :

✓ Le concept de l'entrepreneuriat est un concept large et complexe. Notre étude est centrée sur la phase de « création de l'entreprise » du processus entrepreneurial.

✓ Les jeunes entrepreneurs algériens questionnés dans le cadre de notre travail de recherche, sont localisés sur tout le territoire national et sont adhérents au Forum des Chefs d'Entreprise (FCE). Il est à noter que les résultats de notre étude ne peuvent être extrapolés à l'ensemble des jeunes entrepreneurs algériens.

✓ Les entreprises ciblées sont nouvellement créées et ont au maximum dix ans d'existence. De ce fait, les résultats de notre étude ne concernent pas les entreprises arrivées à maturation, en déclin ou en restructuration.

✓ En septembre 2016, la présente étude a servi comme support décisionnel pour le développement du programme de promotion de l'activité entrepreneuriale en Algérie adopté par le Forum des Chefs d'Entreprise(FCE), précisément, la section JIL FCE.

6. CONCLUSION :

L'étude empirique des contraintes et initiatives de promotion de l'entrepreneuriat en Algérie ainsi que les facteurs clés de succès des jeunes entrepreneurs algériens nous ont permis de proposer une série de recommandations pour le développement de l'activité entrepreneuriale dans le pays. Parmi celles-ci figurent :

✓ La création de centres spécialisés pour la facilitation des procédures de création et de démarrage des entreprises pour le développement des PME et TPE, à l'instar de la Tunisie, et ce à travers l'Agence de la Promotion de l'Industrie, certifiée ISO9002, qui facilite l'enregistrement des affaires et des start-up manufacturières en particulier (Si Lakhel et al. 2013 : P41).

✓ La mise en place d'un programme national qui a pour objectif le suivi longitudinal des PME/TPE pour leur donner la chance de grandir, surtout pour les entreprises dites « gazelles » à forte croissance qui deviendront dans quelques années de grands groupes.

✓ Le renforcement de la capacité de financement des entreprises par la création d'une banque spécialisée dans le financement des jeunes entrepreneurs, qui a pour vocation

d'accompagner le développement des entreprises, en leur facilitant l'accès aux financements tout au long de leurs étapes de croissance.

✓ La modernisation du système bancaire en développant des instruments adaptés aux besoins spécifiques des petits entrepreneurs, et le développement du financement par le capital-risque.

✓ La réforme de l'administration publique en adaptant leurs fonctionnements aux exigences de l'économie de marché et en réduisant le formalisme et les procédures bureaucratiques.

✓ La mise en place d'un système national de collecte, d'analyse et de diffusion d'informations économiques et financières.

✓ La mise en place de nouveaux dispositifs d'aide et de promotion des PME- High Tech, orientés vers l'innovation et les technologies de l'information.

✓ La création d'organismes d'appui et d'accompagnement pour le développement international des entreprises algériennes.

BIBLIOGRAPHIE :

1. **BARON R. A.**, « *Entrepreneurship: A process perspective* », Lawrence Erlbaumassociates, London, 2007.
2. **DEGEORGE J. M.**, « *Le déclenchement du processus de création ou de reprise d'entreprise : Le cas des ingénieurs français* », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Jean Moulin Lyon III, Ecole Doctorale MIF (Management-Information-Finance), Novembre 2007.
3. **DEGEORGE J. M. et al.**, « *100 Fiches sur l'entrepreneuriat* », Edition Bréal, Paris, 2010.
4. **DRUCKER P.**, « *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles* », New York, 1986, cité chez **RONALD J. D.**, « *Teaching Entrepreneurship Students to Become Knowledge-Agents for Innovation* », working paper, International School of management, Paris, n° 64, 2010, pp.1-27.
5. **FAYOLLE A.**, « *L'enseignement de l'entrepreneuriat dans les universités françaises : analyse de l'existant et propositions pour en faciliter le développement* », Editions d'Organisation, Paris, 1999.
6. **FILION J. L. et al.**, « *Réussir sa création d'entreprise sans business plan* », Edition Eyrolles, Paris, 2012.
7. **GARTNER W. B., 1985**, « *A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation* », Academy of management review, vol. 10, n° 4, 1985, pp.696-706.
8. **GHARBI A.**, « *Les PME en Algérie : Etat des lieux* », Cahier du Laboratoire de Recherche sur l'Industrie et l'Innovation, Université du Littoral Côte d'Opale, n° 238, Calais, 2011, pp.1-14.
9. **JULIEN P. A.**, « *Les PME bilan et perspectives* », Edition Economica, 2^{ème} édition, Paris, 1997.

10. **LEIBENSTEIN H.**, «*Entrepreneurship and development*», American Economic Review, vol. 58, n° 2, 1968, pp.72-83.
11. **MEZGHANI L. et al.**, «*Culture Entrepreneuriale* », Centre Universitaire d'Insertion et d'Essaimage de Sfax, Université de Sfax, 2009, pp.1-5.
12. **OCDE**, «*Encourager l'entrepreneuriat en tant que moteur de la croissance dans une économie mondialisée*», Istanbul, Turquie, juin 2004.
13. **SCHUMPETER J.**, «*Théorie de l'évolution économique* », Edition Dalloz, Paris, 1935.
14. **SHANE S.**, «*A general theory of entrepreneurship: the individual-opportunity nexus*», Edward Elgar Publishing, UK, 2003, pp.206-209.
15. **SMITH A.**, «*Recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations* », Edition Flammarion, Paris, 1991.
16. **SI LAKHAL K. et al.**, «*Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspectives* », Revue des entreprises algériennes, N°4, 2013, pp.29-49.
17. **TOUNES A.**, «*L'intention entrepreneuriale : Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE* », Thèse de doctorat en Science de Gestion, Université de Rouen, Faculté de Droit, des Science Economiques et de Gestion, 2003.
18. **VERSTRAETE T.**, «*Histoires d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat* », Editions Management et Société, Paris, 2000.