

LE DÉVELOPPEMENT DE L'ESPRIT ENTREPRENEURIAL AU SEIN DE LA CULTURE ALGERIENNE

THE DEVELOPMENT OF THE ENTREPRENEURIAL SPIRIT WITHIN ALGERIAN CULTURE

Acila Nabila Eps Hammadi,
Laboratoire Permanan, Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Algérie
acilabila@yahoo.fr

Reçu : 14/06/2021	Accepté :13/12/ 2021	Publié en ligne :30/12/2021
-------------------	----------------------	-----------------------------

Résumé :

Cet article s'inscrit dans le cadre d'un travail de recherche qui a été confronté à l'épreuve de l'étude sur le terrain. Notre objectif s'inscrit dans le cadre d'identifier les facteurs du développement de l'esprit entrepreneurial dans notre société Algérienne. En effet, à travers cet article nous allons essayer de présenter une feuille de route afin de développer l'esprit entrepreneurial au sein de la culture Algérienne.

Nous avons décelé à l'aide de nos investigations de recherche, que la création d'un esprit entrepreneurial dépend de plusieurs facteurs à savoir : L'aspect familial, le parcours scolaire, la disponibilité des ressources financières, les expériences antérieures, les formations suivies par les entrepreneurs, la disponibilité d'infrastructures de base et enfin l'intervention de l'Etat. Par conséquent il est la résultante de facteurs psychologiques, socioculturels, politiques et économiques.

Mot clé : Esprit entrepreneurial, Culture entrepreneuriale, Motivation, qualités entrepreneuriales, intention entrepreneuriale.

Abstract:

This article is part of a research work that was tested in the field study. Our objective falls within the framework of identifying the factors for the development of the entrepreneurial spirit in our Algerian society. Indeed, through this article we will try to present a roadmap in order to develop the entrepreneurial spirit within the Algerian culture.

We have detected with the help of our research investigations, that the creation of an entrepreneurial spirit depends on several factors, namely: The

family aspect, the educational background, the availability of financial resources, previous experiences, training followed by entrepreneurs, the availability of basic infrastructure and finally state intervention. Therefore it is the result of psychological, socio-cultural, political and economic factors.

Key word: Entrepreneurial spirit, Entrepreneurial culture, Motivation, entrepreneurial qualities, entrepreneurial intention

1- Introduction :

De par sa contribution à la création et au renouvellement des entreprises, de l'emploi à l'innovation sous toutes ses formes ainsi qu'au développement régional, le concept de l'entrepreneuriat occupe une place importante dans notre société. En effet, il est admis par tous que l'esprit d'entreprendre permet de redynamiser la vie économique et sociale d'un pays notamment dans le contexte de mondialisation. Le rôle des PME est très important dans l'économie de nombreux pays, que nous pouvons qualifier de moteur de la croissance, d'où la nécessité de la relance de la production industrielle et le soutien aux PME. Tout dépend de la capacité de chaque pays afin de créer ces entreprises ; qui est liée aux opportunités et aptitude entrepreneuriale des individus, à l'environnement économiques, aux aspects culturels et à l'intervention de l'Etat.

Notre travail de recherche s'est basé sur une étude du terrain fondée sur revue de la littérature portant à l'aide des entretiens et un questionnaire auprès des jeunes entrepreneurs.

La problématique que soulève notre étude est axée autour de la question suivante : Quelles sont les pratiques d'aides au développement de l'esprit entrepreneurial au sein de la culture Algérienne ?

Notre papier est structuré selon les axes suivants : Nous avons mis l'accent sur la revue de la littérature pour cerner la définition de l'esprit entrepreneurial ; nous avons cherché à comprendre la culture entrepreneuriale au niveau de la Wilaya d'Alger et enfin nous avons présenté notre cas d'étude qui expose et analyse la capacité entrepreneuriale et la composition des caractéristiques psychologiques que doit avoir une personne désireuse d'entreprendre sur la base de données primaires collectées auprès des jeunes entrepreneurs de cette wilaya.

Nous avons constaté que la culture entrepreneuriale manque en Algérie ; on observe une insuffisance d'innovation, de créativité,

d'ambition et de persévérance. De ce fait, nous allons essayer d'interpréter le développement d'une culture entrepreneurial en Algérie.

2- Revue de la littérature sur l'entrepreneuriat :

2-1. Définition de l'esprit entrepreneurial

Notre revue de littérature est cernée par rapport aux lectures qui traitent le sujet faisant objet de notre travail de recherche. Il s'agit particulièrement, de celles qui touchent directement ou indirectement à la thématique d'étude, et qui argumentent considérablement l'application de la théorie à notre cas pratique.

En conséquence des turbulences environnementales, plusieurs aspects de l'entrepreneuriat ont été obligés de revoir leurs situations, pour certaines afin de préserver leur pérennité et, pour d'autres, leur développement. A travers une panoplie de recherches nous allons essayer de trouver des explications plus déterminantes sur le développement de l'esprit entrepreneurial chez les Algériens et plus précisément chez les jeunes de la wilaya d'Alger.

Dans notre recherche, nous pouvons reprendre les définitions de l'entrepreneuriat ainsi que l'entrepreneur fournies par plusieurs auteurs qui peuvent nous aider à développer l'esprit entrepreneurial :

Jean Baptiste Say (Jean Baptiste Say, 2007), un économiste qui s'est beaucoup intéressé aux activités de l'entrepreneuriat « L'entrepreneur est un preneur de risques qui investit son propre temps et argent et coordonne des ressources pour produire des biens ». Aussi Fortin (Fortin. P-A, 1986), définit l'entrepreneuriat comme une mentalité, une attitude qui pousse un individu, seul ou avec d'autres, à lancer une nouvelle activité et à prendre les moyens pour réaliser un désir ou un rêve.

Kanter (Kanter. R.M, 1984), qui définit à son tour l'entrepreneuriat comme « un esprit, un état d'âme associé à une manière intégrative d'approcher les problèmes et la prise de décision. Cette attitude se caractérise par la volonté de cheminer dans des sentiers non défrichés, par la volonté d'endosser une logique qui n'a pas encore fait ses preuves, par la volonté de combiner des idées et des concepts qui n'ont pas encore été apprivoisés et finalement par la volonté de concevoir et d'accepter le changement comme une opportunité d'évaluer les possibilités. ». Mais comment déceler ce potentiel ?

Aussi l'esprit entrepreneurial a été résumé par ses deux définitions, la première proposée par l'agence de stimulation économique wallonne : « l'esprit d'entreprendre consiste essentiellement en une volonté d'agir pour créer du changement, de la nouveauté et réaliser des projets et met en évidence le développement des attitudes entrepreneuriales qui permettent aux jeunes de se construire une personnalité entreprenante au fil de leur vie. ». De même dans les objectifs de formation affichés par un lycée professionnel de l'académie de Lille : « C'est permettre à chaque jeune, en cultivant cet esprit d'entreprendre, de faire la transition entre sa scolarité et son avenir professionnel ; c'est lui donner les atouts pour être un salarié « entreprenant » ou devenir un entrepreneur à part entière ; c'est l'amener à faire le choix qui correspond à ses attentes, à sa personnalité ; c'est lui permettre de se projeter dans l'avenir avec les meilleures chances d'intégration dans le monde du travail, en évitant la perte de confiance en soi et les échecs qui en découlent. »

2-2. Les facteurs stimulant l'esprit d'entreprise

Il est admis que l'esprit d'entreprendre permet de redynamiser la vie économique et sociale d'un pays. Comme cela a été dit, c'est l'innovation, la créativité, le développement et la création d'emploi.

2-2-1. Les motivations d'ordre psychologique

Pour réussir, la personne doit disposer d'une capacité entrepreneuriale qui répond aux caractéristiques psychologiques qui lui permettent d'assumer ses fonctions dans les règles de l'art telles que : l'Adaptabilité d'analyse, la Prise du risque, l'Imagination, la Maîtrise de soi, l'Autorité, la Communication, l'Aptitude à animer, la Connaissance de soi, le Dynamisme, l'Esprit d'Initiative, la Méthode, l'Aptitude à la négociation, la Persévérance, le sérieux ...etc. Ces qualités d'entreprendre font de l'entrepreneur une personne qui a le courage de concrétiser ses rêves, d'utiliser son plein potentiel de créativité pour innover, de savoir gérer les risques, pour concevoir et mettre en œuvre un projet qui marche aux besoins du marché.

2-2-1-1. Besoin d'indépendance :

Plusieurs études de cas d'entrepreneuriat révèlent que le désir d'être indépendant et autonome est l'explication fréquemment donnée comme motif de création d'une nouvelle entreprise. Le besoin d'indépendance et d'autonomie est considéré comme une caractéristique des

entrepreneurs. Il a été reconnu comme une des motivations à entreprendre (Gasse.Y, 2009).

Selon Shapero (Shapero. A, 1975), les premiers mobiles de l'entrepreneur sont le besoin d'indépendance, le désir d'être son propre patron et l'aspiration à l'autonomie. Certains traits de la personnalité des entrepreneurs peuvent faire en sorte que « leur indépendance est la chose la plus désirable au monde » (Sweeney, G, 1982).

Commenté [a1]:

2-2-1-2. Besoin d'accomplissement :

De nombreux auteurs font du besoin d'accomplissement ou de réalisation une motivation entrepreneuriale dominante (Fayolle A, 2003). Ce besoin d'accomplissement peut se voir associé à une volonté de créer quelque chose de nouveau ou d'appliquer des connaissances acquises antérieurement. De même, la volonté d'être fier de sa profession et satisfait de son travail (Bragard L et *al.*, 1987), peut se ranger dans cette volonté d'accomplissement. Cela suppose qu'une personne préfère devenir entrepreneur et créer sa propre affaire plutôt que de conserver un emploi frustrant ou de subir des pressions dans son entourage professionnel. Enfin, cette motivation peut encore s'interpréter comme un besoin de prouver sa valeur personnelle (Albert P et *al.*, 1988), ou comme la volonté de faire mieux que les autres.

2-2-2. Les motivations d'ordre sociologique :

Les motivations sociologiques et culturelles sont des éléments directement liés aux différents milieux connus et fréquentés par les individus, et qui peuvent jouer un rôle primordial dans l'émergence de comportements entrepreneuriaux.

2-2-2-1. Le rôle de la famille dans le développement de l'esprit entrepreneurial

La famille est une institution qui contribue à façonner les attitudes et comportements de ses membres. Plusieurs recherches indiquent que les entrepreneurs proviennent le plus souvent de familles où les parents ou d'autres proches sont eux-mêmes dans les affaires. Les jeunes grandissant dans ce genre de famille ou d'entourage considèrent leurs parents ou leurs proches comme des modèles à imiter (Gasse Y, 2003). Très souvent, dans un pays où il y a beaucoup d'entreprises familiales ce phénomène est une source de création parce que le fils crée une entreprise comme le père (Sweeney G, 1982). L'environnement le plus

favorable pour un candidat créateur semble être un milieu familial qui associe une image positive à l'entreprise privée.

2-2-2-2. Le rôle du parcours scolaire et universitaire dans l'acte entrepreneurial :

De nombreux auteurs ont insisté sur l'importance de l'enseignement dans le développement de la propension à entreprendre. Pour Fayolle, « l'enseignement, à travers les stages et la valorisation de l'image dynamique et responsable des entrepreneurs, peut susciter des vocations et sensibiliser un large public » (Fayolle A, 2003). En outre, l'enseignement permet de doter l'entrepreneur de compétences et de connaissances qu'il estime très utiles, même décisives pour la concrétisation de son projet. Ce point est d'autant plus sensible que, comme le mentionne Wtterwulghé, « de nombreuses caractéristiques entrepreneuriales ne sont pas nécessairement innées mais peuvent être acquises » (Wtterwulghé R, 1998).

2-2-2-3. Le territoire de l'entrepreneur :

Le territoire dans lequel l'entrepreneur passe sa vie personnelle ou professionnelle joue un rôle non négligeable. Un territoire peut, en effet, constituer un pôle d'attraction entrepreneuriale (Idem, Fayolle, 2009). Il est considéré comme déterminant grâce à la disponibilité d'atouts naturels tels que la taille, la qualité et la diversité du territoire, la richesse des sols et des sous-sols, la disponibilité en eau, la douceur du climat. Nous pensons aussi aux diverses infrastructures de base (réseaux routiers, aéroport, télécommunication, réseaux d'énergie, tissu économique, ...), ainsi qu'aux ressources humaines, financières et technologiques.

Le territoire fournit aux entreprises des avantages, leur permettant de réaliser des externalités positives importantes, car à travers ses dotations matérielles et immatérielles, le territoire peut être le cadre adéquat pour la localisation des entreprises. À l'inverse, dans un territoire qui n'offre pas les conditions d'épanouissement joue un sérieux frein à l'émergence de ces entreprises et à leur développement. Selon Marshall (Marshall A, 1920), les éléments qui expliquent l'apparition des externalités sont :

- l'existence d'un savoir-faire local, qui réduit le coût du travail spécialisé ;

- une offre locale de matières premières, machines et services spécialisés, relativement moins chers et surtout rapidement disponibles (offre qui, dans certains cas, permet d'exploiter collectivement d'éventuelles économies d'échelle) ;
- l'accès à un flux de connaissances techniques qu'une industrie localisée tend à produire. Nous pouvons classer ces économies en deux catégories :
- Les économies d'agglomération et de localisation apparaissent à la suite d'une concentration d'entreprises dans une zone spécifique, opérant dans le même secteur.
- Les économies d'urbanisation correspondent à des externalités de concentration liées au clustering, c'est-à-dire au phénomène de regroupement d'activités économiques différentes et proviennent des avantages liés au développement de l'urbanisation et à la proximité d'entreprises diversifiées offrant des services complémentaires, des ressources intermédiaires et des transferts d'information entre secteurs.

2-3. Les motivations d'ordre économique :

Les facteurs économiques sont les ressources informationnelles, humaines, cognitives, technologiques, financières et matérielles. Ils occupent une position clé dans la démarche entrepreneuriale. Ce sont les ressources auxquelles doit accéder l'entrepreneur afin de créer son entreprise.

2-3-1. Les ressources humaines :

La présence d'une main-d'œuvre qualifiée dans la zone d'implantation favorise l'entrepreneuriat.

Une région où la main-d'œuvre est bon marché, voit forcément son taux de création d'entreprise s'accroître. Audretsch et Fritsch (Audretsch D.B et al., 1994), constatent que les nouvelles entreprises ont une plus grande propension à se localiser dans les régions où les travailleurs ont un niveau de qualification élevé plutôt que dans les zones où il y a une concentration de main-d'œuvre moins qualifiée (Capron H et al., 2009).

2-3-2. Les ressources financières :

La disposition d'un capital financier de départ encourage l'entrepreneuriat. Ainsi, un entrepreneur ne disposant pas des moyens financiers nécessaires rencontrera plusieurs difficultés. L'objectif

principal reste d'assurer une rentabilité financière suffisante pour couvrir les charges financières de l'entreprise.

2-3-3. Accessibilité au marché :

L'existence de marchés ouverts influence positivement la création d'entreprise. Cependant, il existe d'autres marchés qui rendent l'implantation d'une nouvelle entreprise quasiment impossible, tels que les marchés ouverts mais encombrés et les marchés fermés ou très réglementés.

Les réseaux personnels et professionnels constituent des éléments facilitateurs et des catalyseurs qui permettent de gagner du temps et de l'efficacité face à la complexité des situations et à la multiplication des démarches et procédures. Ceci justifie parfaitement le vieux dicton : « ce que vous connaissez est bien moins utile que les personnes que vous connaissez » (Fayolle A, 2003).

3- Cas empirique : Constat du concept esprit entrepreneuriale en Algérie :

3-1. Méthodologie de l'enquête :

Sur la période de deux (02) ans nous avons pu réaliser des enquêtes et entretiens semi-directifs avec 76 entrepreneurs, sur la wilaya d'Alger, afin d'explorer, identifier et cerner les facteurs de développement de l'entrepreneuriat et de l'esprit entrepreneurial que nous allons voir dans notre étude empirique.

Nous avons enquêté des entreprises de différents domaines d'activité, la plus grande fréquence revient au secteur télécommunication et technologie 44,3% suivi de l'industrie de l'agro-alimentaire 23,97 %, ensuite les services 19,9%, aussi les travaux publics et bâtiments avec 11,83%.

3-2. Les résultats de notre enquête :

3-2-1. Les motivations d'ordre psychologique

La dynamique psychosociologique dans la création de nouvelles entreprises prend une place importante car, notre enquête confirme que la majorité des entrepreneurs font preuve de beaucoup de motivation et de persévérance dans leurs efforts.

3-2-1-1. Besoin d'indépendance :

Nos résultats révèlent que le désir d'être indépendant et autonome est l'explication donnée comme motif de création d'une nouvelle entreprise avec 92%.

Figure N° 01 : Le besoin d'indépendance et d'autonomie



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. L'entrepreneur est généralement doté d'un fort sentiment d'indépendance et d'autonomie et un besoin d'être son propre chef (principale motivation), pour réaliser ses rêves et ambitions. Chose qui se confirme d'après les résultats de notre enquête, 92% 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, contre 8% d'entrepreneur qui n'ont pas ce désir, mais préfère entreprendre pour améliorer la situation familiale où c'est les parents qui leurs obligent à terminer ce qui a été réalisé par eux.

Nous constatons que le facteur principal qui guide les entrepreneurs dans le choix du secteur d'activité, est l'existence du savoir-faire et des expériences antérieures avec un taux de 42%. En effet, la majorité des entrepreneurs ont signalé avoir acquis suffisamment d'expérience et de savoir-faire dans le même secteur d'activité que celui où ils ont créé leurs entreprises ; Certains entrepreneurs avec un taux de 26% des enquêtés ont déclaré avoir choisi un secteur qui est caractérisé par un fort taux de rentabilité. De plus, 11% des entrepreneurs pensent que leur choix est déterminé par le fait, que le secteur d'activités soit porteur à long terme.

3-2-1-2. Besoin d'accomplissement :

Cette volonté d'indépendance suppose la recherche d'une sécurité financière et d'avantages financiers qui évitent une dépendance vis-à-vis de personnes extérieures à l'organisation. De plus, un effort tout particulier est fourni pour conserver la propriété et la direction dans les

maines des mêmes personnes, ce qui implique un refus de délégation de pouvoir au sein de l'entreprise.

Parmi les 92% on trouve 23,5% sont associés à une volonté de créer quelque chose de nouveau ou d'appliquer des connaissances acquises antérieurement. Alors que, 30% sont associés à la volonté d'être fier de sa profession, d'être satisfait de son travail. Cela suppose qu'une personne préfère devenir entrepreneur et créer sa propre affaire plutôt que de poursuivre un emploi frustrant ou de subir des tensions dans son entourage professionnel. Les 40,5% représentent les entrepreneurs qui ont créé des entreprises par fierté ils veulent être propriétaires et sentir le plaisir d'avoir réalisé par eux même leurs projets. Par contre les 6% représentent ceux dont le besoin de prouver leur valeur personnelle.

3-2-2. Les motivations d'ordre sociologique :

Nos études prouvent que les hommes représentent une part très importante, au sein de la catégorie sociale entrepreneur. En effet, 80,5 % des enquêtés sont des entrepreneurs-hommes. La part des entrepreneurs-femmes est très minime, seulement 19,5 % des enquêtées.

Ceci s'explique par la moindre préférence des femmes à devenir indépendantes, la crainte de faillite qui constitue une barrière à l'activité entrepreneuriale chez les femmes ainsi que les mœurs et cultures de la société algérienne qui ne facilitent pas l'intégration des femmes dans le monde des affaires.

La catégorie d'âge des entrepreneurs est présentée comme suit ; 71 % des entrepreneurs se situent dans la fourchette d'âge 28-50 ans. L'entrepreneur se lance dans la création à un âge mature, après avoir acquis une petite expérience professionnelle.

Le choix des investisseurs qui ne sont pas d'Alger et qui représentent 68,7% de la totalité des investisseurs implantés dans cette wilaya ; s'explique par le pouvoir d'achat de la population ainsi que l'implantation de plusieurs entreprises étrangères.

3-2-2-1. Le rôle de la famille dans le développement de l'esprit entrepreneurial

Les entrepreneurs sont issus de différents milieux. Certains ont vécu dans un milieu de salariés et d'autres ont été entourés d'entrepreneurs. L'enquête fait ressortir que 66,5 % des entrepreneurs enquêtés proviennent d'une famille entrepreneuriale.

En effet, le fait d'avoir un père qui travaille en tant qu'indépendant marque fortement l'entrepreneur. S'agissant de la profession de la mère, 96,55 % des entrepreneurs affirment avoir une mère sans profession.

Ainsi, Le principal apport de notre étude à travers nos entretiens montre l'importance de l'éducation donnée par les parents qui a un effet primordial dans l'éveil d'un esprit créatif et a fortiori celui d'entrepreneur. D'ailleurs, les entretiens menés font ressortir un certain nombre de valeurs communes, inculquées par les parents au cours de l'éducation de leurs enfants, et qui semblent stimuler la créativité et de la réussite sociale : l'indépendance, la responsabilisation, la capacité de prendre des décisions, en assumant les conséquences, l'ouverture vers d'autres cultures.

Il a été constaté que les activités artistiques sont considérées comme une perte de temps et la vie associative est quasi-absente dans l'éducation.

3-2-2-2. Le rôle du parcours scolaire et universitaire dans l'acte entrepreneurial :

Nous avons essayé à travers cette recherche d'étudier le rôle du système éducatif en matière d'entrepreneuriat. Nous avons pris un échantillon qui contient des entrepreneurs qui ont fait leurs études à l'étranger (34 entrepreneurs), pour le comparer à celui de la wilaya d'Alger (42 entrepreneurs) et de trouver les points qui vont nous aider à comprendre le rôle du parcours scolaire et universitaire pour le développement de l'esprit entrepreneurial.

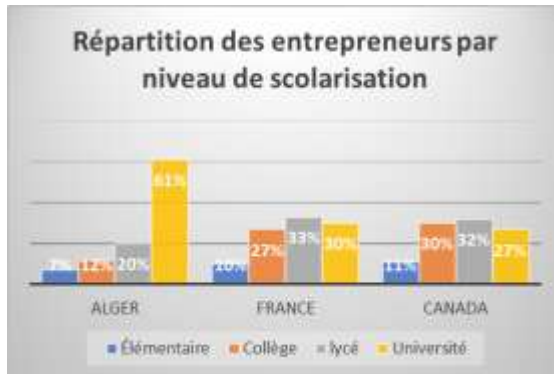
Nos résultats illustrent que le système éducatif Algérien ne favorise pas l'acte entrepreneurial et souffre de plusieurs insuffisances. Au fait la plupart des entrepreneurs sont issus de familles dont les parents ont exercés la fonction (héréditaire)

Par contre les entrepreneurs qui ont exercé leurs études à l'étranger peuvent faire de l'entrepreneuriat même s'ils n'ont pas un niveau universitaire.

Actuellement en Algérie, on commence timidement (il est à l'état embryonnaire) à prendre ce problème en charge afin de développer l'enseignement de l'entrepreneuriat dans les cursus de formation. Dans cette perspective, notre étude sur le terrain nous confirme que le cursus scolaire représente une source importante de la diffusion des connaissances scientifiques et technologiques dont la dimension sociale est très importante.

LE DÉVELOPPEMENT DE L'ESPRIT ENTREPRENEURIAL AU SEIN DE LA CULTURE ALGERIENNE

Figure N° 02 : Répartition des entrepreneurs par niveau de scolarisation



Malgré le taux élevé de 61% en Algérie des entrepreneurs universitaires ; l'université n'a rien avoir dans le choix mais c'est à cause de l'effet familiale (poursuivre l'activité des parents). Les résultats chez certaines nations ont donné de meilleurs résultats du fait de l'institutionnalisation du l'entreprenariat au cursus scolaire. Avant l'arrivée à l'université Il faut traiter ce problème sur les 3 niveaux scolaires comme suit ; en premier lieu, en Elémentaire (le développement des caractéristiques de la personnalité) à cette étape l'enseignant aide l'enfant à introduire certaine caractéristique de la personnalité comme la confiance en soi, l'esprit de créativité, etc....Ce passage lui permet de s'intégrer dans le contexte social, d'éveiller son initiative et sa créativité et de développer sa personnalité moyennant des exercices et des jeux. Toutefois, le collège présente le deuxième passage (la construction de la personnalité de l'enfant où l'adolescent) à cet étape l'enseignant s'appuie sur les éléments fondamentaux tel que l'impact de sa façon d'entreprendre les relations avec son entourage et son environnement. Les lyciens doivent être initiés sur l'esprit innovateur et créateur et prennent plus de conscience et responsabilité afin de les biens préparer à l'université. A la fin du cycle scolaire (élémentaire, collège et lycée) les jeunes sont déjà préparés mentalement, socialement pour acquérir les études plus poussées à l'université sur l'entreprenariat dans les aspects technique, calcul du risque et managérial etc...

Les conclusions de nos entretiens nous conseillent à élaborer un programme pédagogique qui s'inscrit dans un cadre où on prépare les futures valeurs aptes à investir et devenir chefs d'entreprises. Ces jeunes après avoir terminé le cycle scolaire, rentrent dans le monde du travail avec des aptitudes considérables entrepreneuriales et vont participer au développement et à la croissance économique du pays.

Cette pédagogie entrepreneuriale, permet à rehausser le niveau de l'enseignement passant d'une pédagogie d'une simple transmission de connaissances à une pédagogie dite active et participative où l'élève s'épanouit beaucoup plus dans le domaine responsabilité et devient plus ambitieux.

Compte tenu de l'environnement, l'évolution rapide dans tous les domaines à tous azimuts, l'enseignement supérieur doit envisager sa propre mutation afin d'éviter la traîne de notre pays. Nous devons moderniser les méthodes pédagogiques, ainsi développer les esprits pour devenir créatifs innovateurs et managérial. Il ne s'agit plus de transmettre uniquement des connaissances. L'esprit entrepreneurial va aider le pays à résoudre beaucoup de problèmes du fait que les jeunes ne deviennent plus uniquement des demandeurs d'emplois mais créateurs d'emplois. Par conséquent la transmission et l'inculcation dans l'esprit, de la culture entrepreneuriale est indispensable afin de développer les compétences dans le domaine du savoir faire, créer et diriger les entreprises ;

3-2-2-3. Le territoire de l'entrepreneur :

Les résultats obtenus à partir notre recherche, prouvent que l'environnement de l'entrepreneur en Algérie et plus particulièrement à Alger, est défavorable à hauteur de 71%. Le territoire de la Wilaya d'Alger ne fournit pas aux entrepreneurs les avantages qui leurs permettent de réaliser des externalités positives importantes. Un nombre important d'entrepreneurs en dépit de certaines mesures bureaucratiques de la part des pouvoirs publics, abandonnent leurs projets. L'état doit se pencher beaucoup plus sur ce problème et pourquoi ne pas donner des avantages plus attractifs à l'intérieur du pays afin de faciliter la création desdites entreprises

Figure N° 03 : Le territoire de l'entrepreneur



3-2-3. Les motivations d'ordre économique :

Dans leur démarche entrepreneuriale pour créer leurs entreprises 97,3% des entrepreneurs confirment qu'ils rencontrent beaucoup de difficultés d'ordre économique qui dépendent des ressources informationnelles, humaines, cognitives, technologiques, financières et matérielles.

3-2-3-1. Les ressources humaines :

D'après notre étude sur le terrain, il a été constaté la disponibilité de la main d'œuvre qualifiée à Alger et c'est l'une des raisons qui a motivé les entrepreneurs venus de l'intérieur du pays (68,7%) à s'installer à Alger.

3-2-3-2. Les ressources financières :

Au départ la majorité des entrepreneurs (90,23%) disposent d'un capital propre à eux sans faire recours aux prêts bancaires. Ils évitent la lenteur des démarches et la constitution des dossiers ; seuls sont ceux qui se trouvent dans la nécessité absolue font recours aux banques.

3-2-3-3. Accessibilité au marché :

Dans notre échantillon nous constatons que le taux des entrepreneurs universitaires est beaucoup plus élevé que les autres catégories, ceci s'explique du fait de la complexité de la constitution des dossiers en Algérie nécessite un niveau universitaire pour pouvoir le réaliser à l'inverse des autres pays. L'efficacité peut atteindre 95%.

4. Conclusion :

Nos résultats montrent que l'esprit entrepreneurial sur la wilaya d'Alger est pratiquement absent, ni le système de l'éducation ni

l'écosystème ne sont favorables à l'émergence de cette culture entrepreneuriale. D'après nos entretiens avec les entrepreneurs, nous avons constaté que la grande difficulté du développement de l'entrepreneuriat en Algérie vient du fait que celle-ci n'est pas le fruit de l'enseignement au niveau universitaire. Au fait, il s'agit d'une culture, et donc d'un ensemble de valeurs que l'on commence à acquérir dès le jeune âge dans un milieu entrepreneurial familial.

Afin de développer l'esprit entrepreneurial il va falloir préparer tout un environnement adéquat ; nous devons entreprendre certaines démarches et actions pour développer et promouvoir notre système éducatif par l'introduction de nouvelles approches pédagogiques à travers tout le cycle scolaire et universitaire. Cette action nécessite de nouvelles compétences ou le recyclage de certains enseignants au niveau des établissements du primaire au lycée.

A ce jour, nous constatons d'énormes difficultés sont rencontrées par les jeunes investisseurs. Pour réussir nous devons faciliter et préparer le terrain à ces nouveaux entrepreneurs par les mesures suivantes : éliminer les obstacles inutiles, rendre l'écosystème plus favorable, la disponibilité des finances, rendre plus souples les processus de régulation qui sont très rigides. Par conséquent nos jeunes seront encouragés pour investir.

Aussi il a été constaté que l'entourage et le cadre relationnel du nouveau entrepreneur constitue un facteur d'influence positive d'ordre psychologique ou financier, dans la décision de se lancer aux affaires. Ces entrepreneurs sont généralement motivés par la recherche de l'autonomie et d'être patron de soi-même.

Finalement, la question, étroitement liée à la détermination et la création, de survie et la pérennité de jeunes nouvelles entreprises, ayant un potentiel important de croissance, mais aussi un risque d'échec élevé, s'avère cruciale. L'accompagnement de ces entreprises doit donc être au centre des débats, et notamment les caractéristiques de l'entreprise au démarrage et le profil du créateur en tant que facteurs de succès, ce qui constituerait un autre volet de recherche, d'autres perspectives de recherche.

Bibliographie :

1. ABEDOU. Abderrahmane, BOUYACOUB. Ahmed, LALLEMENT. Michel & MADOU. Mohamed: « *De la gouvernance des PME-PMI : Regards croisés France – Algérie* », L'HARMATTAN, Paris 2006.

LE DÉVELOPPEMENT DE L'ESPRIT ENTREPRENEURIAL AU SEIN DE LA CULTURE ALGERIENNE

2. FAYOLLE, a., Le métier de créateur d'entreprise, Paris : éditions d'Organisation, 2003.
3. GASSE.Y, « L'entrepreneuriat Francophone: Evolution et Perspectives », Editions l'Harmattan, 2009.
4. JULIEN, P.A. et Marchesnay, M. : « L'entrepreneuriat ». Ed. Economica, 1996. - Latouche, R. : « Les origines de l'économie occidentale ». A. Michel, Paris 1970.
5. MARSHALL, a., Principles of Economics, new York : Macmillan, 8e édition, Londres, 1920.
6. SHAPERO. A, "Entrepreneurship and Economic Development", The center for Venture Management, 1975.
7. SWEENEY, G., Les nouveaux entrepreneurs, Petites entreprises innovatrices, Paris : éditions d'Organisation, 1982.
8. A ADEROF. A, DHALIWAL. S, Willis. R, « Insatiable demand or academic supply: The intellectual context of entrepreneurship education", in European Business Review, Vol 17, N° 6, 2005.
9. ALBERT, P. & Mougenot, P, La création d'entreprises high-tech, Revue Française de Gestion, n° 68, mars-avril, 1988.
10. BRAGARD, L., Donckels, R., Michel, P., Demarche, M.P. & Dupont, B., Le nouvel entrepreneur, Université de Liège, 1987.
11. FORTIN. P-A, « Devenez entrepreneur : pour un Québec plus entrepreneurial », Université Laval, Faculté des sciences de l'administration, Québec, 1986.
12. GASSE, Y., L'influence du milieu dans la création d'entreprises, Centre d'Entrepreneuriat et de PME, Québec, université Laval : Organisations et Territoires, 2003.
13. JEAN BAPTISTE Say, « L'entrepreneur comme un homme prudent », La Revue des Sciences de. Gestion, 2007.
14. KANTER. R.M , "Innovation : The Only Hope for Times Ahead ", in Sloan Management Review, Vol. 25, N°4, été 1984.
15. SCOTT, MICHAEL. G, Twomey et Daniel. F (1988), "The long Supply of Entrepreneurs: Students career Aspirations in Relation to Entrepreneurship", in Journal of Small Business lun,g' kManagement, Oct, Vol 24, N° 4, 1988.
16. BACCARI Emna, « Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs Tunisiens: Etude exploratoire », Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse, octobre 2006.
17. ESTAY Christophe, « motivation entrepreneuriale », Habilitation à diriger des recherches en sciences de gestion, Université des sciences et technologies de Lille 1, 2006
18. WTTTERWULGHE, R. (1998). La PME : une entreprise humaine, avec la collaboration de Frank J., Paris- Bruxelles de Boeck université, 1998.