

## Evolution de la dynamique entrepreneuriale en Algérie ; une comparaison des caractéristiques de l'entrepreneur

### Evolution of the entrepreneurial dynamic in Algeria; a comparison of the characteristics of the entrepreneur

Moustafa OUKACI <sup>1,\*</sup>, Mohamed ACHOUCHE <sup>2</sup>

<sup>1</sup>Laboratoire d'Economie et Développement, Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion, Université de Bejaia / Algérie

<sup>2</sup>Laboratoire d'Economie et Développement, Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion, Université de Bejaia / Algérie

**Date de réception :** 01/12/2019 ; **Date de révision :** 15/12/2019 ; **Date d'acceptation :** 20/06/2020

**Résumé :** L'objet de cette recherche est de s'interroger sur l'évolution de la dynamique entrepreneuriale en Algérie en s'intéressant à l'un de ses aspects, à savoir les caractéristiques de l'entrepreneur. Nous avons établi une comparaison entre les résultats de l'enquête GEM (Global Entrepreneurship Monitor) pour l'Algérie (2011) et une enquête que nous avons réalisée dans la région Centre du pays (2018). Une analyse unidimensionnelle a été appliquée aux bases de données obtenues et une autre multidimensionnelle à travers la technique de l'AFCM (Analyse Factorielle des Correspondances Multiples), et nous avons comparé l'évolution des caractéristiques de l'entrepreneur. Les résultats obtenus ont mis en évidence une évolution significative de certaines caractéristiques ainsi que la présence, non pas d'un seul profil-type de l'entrepreneur algérien mais plutôt de plusieurs classes ayant des caractéristiques spécifiques.

**Mots-clés :** Entrepreneurs ; Caractéristiques ; GEM ; AFCM ; Algérie.

**Codes de classification Jel :** C4, L26, M22.

**Abstract:** The purpose of this research is to examine the evolution of entrepreneurial dynamics in Algeria by looking at one of its aspects, namely the characteristics of the entrepreneur. We made a comparison between the results of the survey of Global Entrepreneurship Monitor (GEM) for Algeria (2011) and a survey we conducted in the Center region of the country (2018). A one-dimensional analysis was applied to the obtained databases and another multidimensional through the technique of MCFA (Multiple Correspondences Factorial Analysis), and we compared the evolution of the characteristics of the entrepreneur. The results obtained highlighted a significant evolution of certain characteristics as well as the presence, not of only standard profile of the Algerian entrepreneur but rather of several classes with specific characteristics.

**Keywords:** Entrepreneurs; Characteristics; GEM; MCFA; Algeria.

**Jel Classification Codes :** C4, L26, M22.

\* Corresponding author, e-mail: oukaci\_m@hotmail.fr

## I- Introduction :

L'économie mondiale a connu au début des années 1980, des crises de chômage et d'inflation, consécutives à la fin de l'essor économique des Trente glorieuses et à l'essoufflement du modèle de la grande entreprise. Cela a fait que l'entrepreneuriat est devenu un levier important des politiques publiques pour encourager la création d'entreprises (notamment les PME), garantes de l'emploi et de la création de richesses.

La mutation d'un capitalisme managérial vers un capitalisme entrepreneurial (ACS, 1984) a mis en évidence le rôle de l'entrepreneuriat dans la croissance et le développement économique et social (BOUTILLIER & UZUNIDIS, 1995), un rôle assuré par l'entrepreneur, d'où l'intérêt porté à son égard par les spécialistes du domaine (Gartner, Casson, Fayolle, Filion et autres).

L'entrepreneuriat est un processus qui consiste à identifier, évaluer et exploiter des opportunités d'affaires (VERSTRAETE, 1999) ou (FAYOLLE, 2004). L'exploitation d'opportunités conduit le plus souvent à la création d'une nouvelle entreprise, œuvre de l'entrepreneur, personnage principal de cette dynamique. Ce dernier est étudié à travers ses caractéristiques et attributions (FILION, 1997) ou sa fonction et son comportement (GARTNER, 1990), bien qu'il existe un consensus sur la difficulté d'établir un profil-type universel de l'entrepreneur.

En Algérie, le secteur privé a été systématiquement marginalisé jusqu'à la fin des années 1980, bien que dans les faits, certaines exceptions auraient été surnoisement tolérées (LIABES, 1984). La transition à l'économie de marché a permis à l'émergence d'une classe d'entrepreneurs privés qui ont bénéficié d'un cadre institutionnel favorable (Loi sur la Monnaie et le Crédit, 1990; Code des investissements, 1993, 2001). Une dynamique entrepreneuriale soutenue s'en suivait, portée par la hausse des dépenses publiques et la consommation des ménages et que les entreprises privées ont profitée (BENACHENHOU, 2007). Le nombre d'entreprises privées a atteint 628 219 (MIM, 2018) et leurs contributions à l'emploi salarié est estimé à près de 63% (ONS, 2018), d'où la reconnaissance dont jouit l'entrepreneur privé en Algérie, bien que la position de l'Etat à son égard demeure ambivalente.

Dans cette recherche, nous étudierons l'évolution de cette dynamique entrepreneuriale en portant notre intérêt sur l'un de ses aspects à savoir les caractéristiques des entrepreneurs. Ainsi, il s'agit de s'interroger sur l'évolution des caractéristiques de l'entrepreneur algérien dans le temps et la possibilité de la formation d'un profil-type de cet entrepreneur. Nous posons d'emblée comme hypothèse l'absence d'un profil-type unique ayant des caractéristiques spécifiques pour l'entrepreneur algérien issu de la transition à l'économie de marché. Cependant, les mutations économiques que le pays a connues ont permis l'émergence de plusieurs catégories d'entrepreneurs, avec des caractéristiques bien distinctes.

De nombreux auteurs algériens ont abordé cette problématique (BOUYACOUB, 1997), (BEDRANI, 1997) (OUSSALEM, 2002), (GILLET, 2002), (FERFERA & BELARBI, 2006), (ASSASSI & HAMMOUDA, 2006), (BENACHENHOU, 2007), (MADOU, 2008), (KERZABI & TABET-AOUEL, 2009), (SIAGH, 2014) ou (METAICHE & BENDIABDELLAH, 2016) certains ont présenté les caractéristiques des entrepreneurs à un moment précis de l'étude, d'autres ont établi des typologies distinctives de ces entrepreneurs. Pour ce qui est de cette recherche, il s'agit d'une démarche comparative de l'évolution des caractéristiques des entrepreneurs entre deux périodes, la première est l'enquête GEM (Global Entrepreneurship Monitor) de 2011 et la seconde est une enquête que nous avons réalisée en 2018 dans la Région Centre du pays auprès d'un échantillon de 84 entrepreneurs.

Cet article est structuré autour de trois parties: la première partie est une revue de littérature relative aux concepts de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur, des entrepreneurs algériens et leurs caractéristiques. La deuxième partie est une présentation de la méthodologie de recherche adoptée pour répondre à la problématique à travers les données utilisées et l'investigation empirique menée. La troisième partie est consacrée aux résultats obtenus de la recherche, répartis entre l'analyse descriptive et l'analyse factorielle des correspondances multiples (AFCM) des données utilisées. Dans la discussion des résultats, les limites et les perspectives de la recherche seront abordées.

## II– Brève revue de littérature

L'entrepreneuriat est étudié par plusieurs disciplines : économie, sociologie, psychologie et bien d'autres, ce qui a généré une abondance de la littérature et de sources. L'étude de l'entrepreneuriat nécessite donc de choisir la littérature appropriée.

### **II. 1. Du concept de l'entrepreneuriat**

L'entrepreneuriat est un concept multidisciplinaire qui reste encore à définir en raison du flou qui entoure sa signification ainsi que les différentes disciplines qui constituent son champ d'analyse. Les chercheurs en entrepreneuriat (GARTNER, 1990), (BRUYAT, 1993) (BARONET, 1996), (FILION, 1997), (VERSTRAETE, 1999) s'accordent sur l'absence de consensus autour d'une définition exhaustive, bien que des synthèses aient été développées.

(VERSTRAETE & FAYOLLE , 2004, p. 19) proposent une définition intégrée de l'entrepreneuriat comme « *initiative portée par un individu (ou plusieurs s'associant pour l'occasion) construisant ou saisissant une opportunité d'affaire dont le profit n'est pas forcément considéré comme pécuniaire, par l'impulsion d'une organisation pouvant faire naître une ou plusieurs entités, créant de la valeur nouvelle (plus forte dans le cas d'une innovation) pour les parties prenantes à qui elle s'adresse* ». L'entrepreneuriat est défini comme la saisie d'opportunités par un individu (entrepreneur) pour créer une organisation (entreprise) qui génère de la valeur.

### **II.2. Des approches de recherche en entrepreneuriat**

Jusqu'à la fin des années 1980, la recherche en entrepreneuriat a connu principalement deux approches : descriptive et comportementale. Une troisième approche, dite processuelle est apparue dans les années 1990.

#### **2.1. Approche descriptive**

Elle remonte à près de deux siècles. Elle est dite fonctionnelle car elle s'intéresse aux fonctions de l'entrepreneur en essayant de répondre à la question : « Qu'est ce que fait un entrepreneur ? ». Cette approche est l'œuvre des économistes, essentiellement CANTILLON, SAY, et SCHUMPETER, qui se sont intéressés au rôle joué par l'entrepreneuriat dans le développement économique et social. Ils ont défini l'entrepreneur par ses caractéristiques et ses fonctions économiques et sociales. Leurs travaux, centrés sur les aspects économiques de l'entrepreneuriat, ont abouti à une typologie autour de deux modèles : l'entrepreneur-organisateur (CANTILLON et SAY) et l'entrepreneur-innovateur (SCHUMPETER).

#### **2.2. Approche comportementale**

Développée par les spécialistes des sciences de comportement, elle s'intéresse aux caractéristiques personnelles et aux traits individuels des entrepreneurs. Elle date du début des années 1950 et adopte comme hypothèse la différence entre entrepreneurs et non entrepreneurs. Elle englobe dans son domaine d'application les entrepreneurs eux-mêmes, les entrepreneurs potentiels, le système éducatifs ainsi que les formateurs. Le mérite de cette approche, initiée par D.C. Mc CLELLAND (1961) et M. WEBER (1964), est qu'elle a amorcé l'entrepreneuriat comme un véritable champ de recherche (TOUNES, 2003), en s'intéressant aux actes et comportements de l'entrepreneur dans l'exercice de son activité et en tenant compte de son environnement culturel, social, politique et économique.

#### **2.3. Approche processuelle**

L'approche centrée sur le processus entrepreneurial est la plus récente, et qui date du début des années 1990. Elle est développée par les spécialistes des sciences de gestion, de l'action et des théories des organisations. Elle s'intéresse au processus de création d'une nouvelle activité ou d'une nouvelle organisation en essayant de répondre à la question du « Comment ? ». Son champs d'action comprend, outre les entrepreneurs, les entrepreneurs potentiels, les éducateurs et formateurs et les structures d'accompagnement et d'appui des entrepreneurs. A. SHAPERO et L. SOKOL (1982) sont les premiers qui ont éclairé l'optique processuelle du phénomène entrepreneurial. Ils tentent de comprendre le déclenchement d'un événement entrepreneurial en le corrélant avec des facteurs situationnels et individuels. Tout événement entrepreneurial, font-ils remarquer, est la fin d'un processus et le début d'un autre.

### II.3. Du concept de l'entrepreneur

A l'instar l'entrepreneuriat, le concept de l'entrepreneur souffre d'un problème de définitions, à cause de l'absence d'une théorie unique universellement acceptée par les chercheurs du domaine (CASSON, 2003). Par conséquent, le concept de l'entrepreneur doit être approché en fonction des mutations socio-économiques et des contingences spatio-temporelles. (TOUNES & FAYOLLE, 2006).

Selon (FILION, 1997, p. 19) « *Un entrepreneur est une personne imaginative, caractérisée par une capacité à fixer et à atteindre des buts. Cette personne maintient un niveau élevé de sensibilité en vue de déceler des occasions d'affaires. Aussi longtemps qu'il/elle continue d'apprendre au sujet d'occasions d'affaires possibles et qu'il/elle continue à prendre des décisions modérément risquées qui visent à innover, il/elle continue à jouer un rôle entrepreneurial..* De cette définition, quatre traits caractérisent l'entrepreneur: l'opportunité, la direction, le risque et l'innovation. Deux approches de recherche contemporaines ont marqué l'étude du concept de l'entrepreneur :

#### 3.1. Approche par les faits (comportementale)

Autour des actions de l'entrepreneur et son projet entrepreneurial en se focalisant sur ses stratégies de succès (lancement, croissance, innovation) et leurs chances d'aboutir. Elle considère l'entrepreneur comme un élément déterminant du processus complexe de la création d'entreprise. (GARTNER, 1990)

#### 3.2. Approche par les traits (déterministe)

Autour de la personnalité de l'entrepreneur en s'intéressant à ses compétences, ses caractéristiques socio-démographiques et psychologiques. Elle a comme objectif d'établir un profil-type d'entrepreneur disposant de caractéristiques spécifiques et empiriquement démontrées (FILION, 1997).

### II.4. De l'entrepreneuriat privé en Algérie et son évolution

On ne peut dissocier l'évolution de l'entrepreneuriat privé en Algérie des grandes mutations économiques que le pays a connues, de l'économie dirigée au lendemain de l'indépendance, à la transition à l'économie de marché au début des années 1990.

#### 4.1. L'Algérie indépendante (les décennies 1960 et 1970)

A l'indépendance, l'entrepreneur hérité de l'époque coloniale était marginalisé (BOURDIEU, 1963). L'activité économique privée était strictement encadrée (OUSSALEM, 2002), bien que dans les faits, une certaine tolérance était accordée par l'Etat à des entrepreneurs qui se sont orientés vers des secteurs peu stratégiques (commerce, hôtellerie, restauration).

L'option des Industries industrialisantes mettait en valeur la grande entreprise industrielle nationale et son dirigeant (manager) qui concentre l'essentiel de son pouvoir, délégué par les autorités politiques. Paradoxalement, le secteur privé va progresser nettement au milieu des années 1970 (textile, agroalimentaire et BTP), mais se caractérise par la très petite taille de ses unités de production (60% à moins de 5 salariés), la plupart de type familial (DERRAS, 1997). Cette situation invraisemblable est si bien décrite par l'imminent sociologue (LIABES, 1984, p. 63) : « *Enfin de compte, jamais une bourgeoisie ne s'est trouvée liée à l'Etat et objectivement favorisée par des pratiques d'un Etat national paradoxalement anticapitaliste* ».

#### 4.2. Essor du secteur privé et transition à l'économie de marché (les décennies 1980 et 1990)

A la restructuration des entreprises publiques en 1982, l'entrepreneuriat s'accélère dans le secteur manufacturier. Cela est dû à l'encouragement de l'Etat qui intègre le secteur privé dans l'effort de développement national, et par les déséquilibres de plusieurs marchés ouvrant ainsi des débouchés aux entreprises privées. Mais ces dernières sont demeurées dépendantes du secteur public en termes d'approvisionnements, d'intrants et du foncier (OUSSALEM, 2002). Le choc pétrolier de 1986 va entraîner le pays dans une grave crise économique et va davantage fragiliser les jeunes entreprises privées et leurs propriétaires entrepreneurs qui se trouvent essouffés par la mauvaise conjoncture économique.

La fin des années 1980 a constitué un tournant majeur : ouverture politique, abandon de l'économie planifiée, réformes et transition à l'économie de marché. Un nouveau code des investissements est promulgué en 1993 qui ne fait plus de distinction entre secteurs public ou privé, national ou étranger. Cette période était caractérisée par des facteurs encourageant l'entrepreneuriat privé : cadre institutionnel assoupli, main d'œuvre qualifiée et expérimentée en provenance du public, et politique incitative d'emplois de jeunes (dispositifs divers : ANSEJ, CNAC, ANGEM...).

Mais aussi, par des obstacles freinant l'initiative privée : accès au foncier industriel, lourdeur administrative, financement limité et effets de la dévaluation sur les intrants et équipements importés. Par conséquent, un développement contrasté a distingué les entreprises privées (DERRAS, 1997) : les très petites (moins de 5 salariés) sont en progression, certes modérée, alors que les moyennes et grandes entreprises sont en difficulté.

#### **4.3. Consécration de l'entreprise privée (les années 2000)**

Dans les années 2000, et à la faveur de la hausse des prix du pétrole, l'économie nationale connaît un essor indéniable, traduit par une augmentation des dépenses publiques pour équiper le pays et rattraper le retard des années 1990. Le secteur privé national n'est pas resté en marge de cette conjoncture : les entreprises privées nationales ont réalisé pour la plupart une croissance soutenue, encouragées aussi par les aménagements législatifs de 2001 et 2006 favorables à l'amélioration des conditions de réalisation et d'exploitation des investissements privés et garantissant une meilleure concurrence sur le marché (BÉNACHENHOU, 2007).

La conséquence de cette politique d'incitation et d'ouverture est l'accélération de créations de nouvelles entreprises, pour atteindre le cap d'un million de PME à partir de 2015 (MIM, 2016). La figure de l'entrepreneur privé est définitivement consacrée dans l'économie nationale et sa contribution en termes d'emplois (2/3 du salariat), de fiscalité et de création de richesse n'est plus à démontrer, bien son destin reste toujours lié à celui de l'Etat et ses orientations économiques. Et bien que le classement annuel « Doing Business » (Banque Mondiale, 2018) sur le climat des affaires classe l'Algérie dans une position peu favorable (166<sup>ème</sup> place sur 190 pays pour 2018), nous estimons que le pays a fait des progrès significatifs dans le domaine de l'entrepreneuriat et de la création d'entreprises.

#### **II.5. De l'entrepreneur algérien et ses caractéristiques**

La transition de l'Algérie à l'économie de marché a permis l'émergence d'un nombre important d'entrepreneurs privés, encouragés par le cadre institutionnel favorable à la libre entreprise. Plusieurs auteurs se sont intéressés à l'entrepreneur en présentant ses caractéristiques.

Pour (Bouyacoub, 1997), l'entrepreneur en Algérie se caractérise par une relative jeunesse, un niveau d'instruction élevé, une longue expérience de travail, une origine professionnelle diversifiée à dominante publique, une origine familiale favorable et une taille d'entreprise très petite (moins de 10 salariés). Deux études réalisées par (FERFERA & BELARBI, 2006) et (ASSASSI & HAMMOUDA, 2006) ont donné un aperçu sur les traits et le profil des créateurs d'entreprises privées. Il en ressort que les créateurs issus du secteur public réussissent mieux.

Les entrepreneurs sont des hommes relativement âgés qui ont commencé à travailler assez jeunes et qui vivent dans les grands centres urbains. Ils sont mariés et chefs de leur ménage et leur niveau d'instruction est élevé. Concernant le secteur d'activité, la répartition des entrepreneurs est équilibrée, avec un avantage au secteur de commerce où un tiers (1/3) sont des commerçants. Enfin, les entrepreneurs travaillent dans le système formel dont plus de deux tiers (2/3) disposent d'un registre de commerce et sont affiliés à une caisse de sécurité sociale.

Pour (BÉNACHENHOU, 2007), les entrepreneurs algériens se caractérisent par des trajectoires différentes qui les distinguent les uns des autres à savoir : trajectoire familiale (reprise de l'entreprise familiale, profitant de ses relations), politique (ancien maquisard, dirigeant politique ou militaire), universitaire (diplômé, aidé par son entourage, ouvert d'esprit), de l'émigration (épargne personnelle, profitant des compétences acquises à l'étranger), du secteur public (salarié ou cadre, compétent, réseau de relations), de l'ouverture économique (commerçant, profitant de l'ouverture du commerce extérieur pour devenir industriel), et enfin de l'aventure (prétexte pour s'enrichir, évasion fiscale, changes parallèles).

Terminons cette section par la typologie établie par (MADOUI, 2008) sur les nouveaux entrepreneurs issus de la transition à l'économie de marché en mettant en évidence leurs trajectoires ainsi que leurs caractéristiques socioprofessionnelles. Cette typologie est configurée autour de quatre types d'entrepreneurs avec leurs caractéristiques respectives :

- Entrepreneurs reconvertis : anciens du secteur public, expérimentés, de formation supérieure, saisissant des opportunités de l'ouverture économique, bien formés, et disposant de réseau de relations important et d'un capital social important ;
- Entrepreneurs contrains : (a) anciens employés au chômage, conséquence de l'ajustement structurel et des privatisations, âgés de 45 à 50 ans, disposant d'un réseau familial pour les capitaux financier et social, (b) bénéficiaires des crédits de l'ANSEJ, sans formation, ni expériences ou capacités requises; entreprenant par nécessité.

- Entrepreneurs migrants : issus de l'immigration, très expérimentés, motivés par l'opportunité, disposant d'aides financières d'un membre de la famille installé à l'étranger ;
- Entrepreneurs héritiers : de tradition familiale commerçante et entrepreneuriale, (a) déjà employés avant de prendre la direction, moins formés, plus âgés, 40 à 50 ans, motivés pour perpétuer le modèle patriarcal, (b) jeunes, bien formés, motivés par le changement du mode de fonctionnement et gestion de l'entreprise familiale vers des pratiques modernes mais sources de tensions.

### **III- Méthodes et Matériels :**

Cette étude a été réalisée en comparant les conclusions d'une partie de l'enquête GEM pour l'Algérie de 2011 et d'une autre enquête que nous avons réalisée en 2018 auprès d'un échantillon d'entrepreneurs de la région Centre du pays. De la base de données de l'enquête GEM, nous avons tiré un sous-échantillon de 74 entrepreneurs établis, et pour l'enquête de la région centre, nous avons obtenu un échantillon de 84 entrepreneurs privés sur les 150 ciblés par questionnaire. Le choix de la région centre (Alger, Bejaia, Bouira, Tizi-Ouzou et Boumerdès) obéit à sa dynamique entrepreneuriale importante.

Pour le questionnaire, nous avons choisi les variables relatives aux caractéristiques des entrepreneurs selon le modèle conceptuel du GEM : profil sociodémographique de l'entrepreneur (âge, genre, niveau de formation); motivations à entreprendre (opportunité, nécessité, combinaison des deux) et environnement social de l'entrepreneur (connaissance d'un entrepreneur, perception des opportunités entrepreneuriale, capacités et expériences à entreprendre et peur de l'échec comme obstacle à la création de l'entreprise), en plus de l'année de création de l'entreprise ainsi que du nombre d'emplois créés (Tableau 1 en annexes).

Nous avons obtenu deux bases de données composés respectivement de 74 entrepreneurs pour l'année 2011 et 84 entrepreneurs pour l'année 2018, avec les mêmes variables pour pouvoir analyser leur évolution entre les deux périodes. Une analyse unidimensionnelle a été appliquée aux deux bases de données, suivie d'une analyse multidimensionnelle à travers la technique de l'AFCM (Analyse Factorielle des Correspondances Multiples) à l'aide du logiciel XLSTAT 2014. Enfin, une comparaison entre les résultats des deux périodes a été établie pour mettre en évidence les éléments ayant traits aux caractéristiques des entrepreneurs enquêtés et qui ont connu une évolution dans le temps.

### **IV-Résultats et Discussion :**

Un résumé des principales statistiques obtenues des deux enquêtes (Tableau 2 en annexes) sera présenté afin de mieux appréhender l'évolution des caractéristiques des entrepreneurs entre les deux périodes de l'étude (2011 et 2018).

#### **IV.1. Analyse unidimensionnelle :**

La catégorie d'âge dominante est passée des moins de 35 ans (51,35% en 2011) à celle des 35 ans à 55 ans (57,15% en 2018), bien que la part des moins de 35 ans est appréciable (32,14% en 2018). Le niveau de formation dominant des entrepreneurs est passé du secondaire (70,28% en 2011) à universitaire (50% en 2018), en plus de la progression de la formation professionnelle (25% en 2018). La motivation à l'entrepreneuriat est dominée par la saisie d'opportunités et qui s'est d'ailleurs accentuée (60,82% en 2011) à (76,20% en 2018).

La connaissance d'un entrepreneur dans l'entourage immédiat reste dominante bien qu'elle a connu une légère baisse (85,14% en 2011 contre 69,05% en 2018), au même titre que la perception d'opportunités ou la capacité et l'expérience pour entreprendre. Notons que la peur de l'échec ne constitue pas un obstacle à l'entrepreneuriat et ce sentiment s'est même renforcé dans le temps (de 70,27% en 2011 à 73,81% en 2018).

Enfin, l'année de création de l'entreprise a connu une évolution significative puisque la catégorie dominante est passée des années 2000 (52,71% en 2011) aux années 2010 (58,33% en 2018), le nombre d'emplois créés par les entrepreneurs a, de son côté, connu une mutation certaine, de la prépondérance de moins de 10 salariés (82,44% en 2011) à un équilibre entre les trois

modalités en 2018 (35,71% pour les moins de 10 salariés, 27,38% pour les 10 à 50 salariés, et 36,91% pour les plus de 50 salariés).

#### **IV.2. Analyse multidimensionnelle :**

L'analyse des données utilisée est la technique de l'AFCM (analyse factorielle des correspondances multiples), et qui permet une représentation des individus (entrepreneurs) qui se ressemblent et de des modalités des variables qui les caractérisent, et in fine, de mettre en évidence une possible typologie des entrepreneurs étudiés. L'inertie expliquée par les deux facteurs retenus pour chaque analyse est très appréciable (respectivement 53,67% pour l'enquête GEM et 65,24% pour l'enquête Région Centre).

##### **2.1. Enquête GEM 2011**

La projection sur le plan factoriel des variables (représentées par les modalités) et des individus (représentés par les entrepreneurs) montre l'existence de trois groupes, chacun est constitué d'entrepreneurs partageant des caractéristiques spécifiques. Le tableau suivant nous permet de présenter chaque groupe en s'appuyant sur la signification des valeurs test, des cosinus carré et des contributions des variables aux axes factoriels.

Le groupe le plus dominant est le groupe III, sur l'axe F2, constitué de 24 entrepreneurs et se caractérisant par le fait qu'ils sont des hommes, âgés de plus de 35 ans, universitaires de formation, leur motivation pour entreprendre et créer des entreprises est la saisie d'opportunités qu'ils ont perçues sur le marché. Ces entrepreneurs ont créé leurs entreprises durant les années 2000 et ils emploient jusqu'à 50 salariés

Le second groupe comprend 20 entrepreneurs qui sont des femmes, âgées de moins de 35 ans, de niveau secondaire ou moins, et dont la motivation pour l'entrepreneuriat est la nécessité, leurs entreprises sont de création récente (2010) et de très petite taille (- de 10 salariés).

Le troisième groupe est constitué de 14 entrepreneurs qui ont créé leurs entreprises dans les années 1990, ne connaissant pas d'autres entrepreneurs dans leurs entourages au démarrage de leurs activités, n'ont pas perçu d'opportunités entrepreneuriales et ne disposant pas de capacités ou d'expériences pour entreprendre au moment de démarrage.

##### **2.2. Enquête Région Centre 2018**

La projection sur le plan factoriel des variables et des individus a également mis en évidence trois groupes d'entrepreneurs avec des caractéristiques bien spécifiques pour chaque groupe.

Le groupe dominant est le groupe I, constitué de 29 entrepreneurs, qui sont des hommes ayant des entreprises employant plus de 50 salariés, et connaissant pas d'entrepreneurs dans leurs entourages lors du démarrage de leurs activités. Ils disposent de capacités et d'expériences pour entreprendre et la peur de l'échec ne constituent pas à leurs avis, un obstacle à l'entrepreneuriat et la création d'entreprise.

Le groupe II est composé de 18 entrepreneurs âgés de moins de 35 ans, sans capacités et expériences pour entreprendre, et considérant la peur de l'échec comme un élément inhibant l'acte d'entreprendre. Leurs entreprises ont été créées à partir de 2010 et emploient moins de 10 salariés.

Le groupe III est formé de 17 entrepreneurs, de formation secondaire ou moins, dont la motivation à l'entrepreneuriat est la nécessité bien qu'ils ont perçu des opportunités sur le marché. Ils connaissaient des entrepreneurs dans leurs entourages avant de créer leurs entreprises et emploient entre 10 et 50 salariés.

##### **2.3. Interprétation des résultats et discussion :**

La comparaison des résultats de l'analyse unidimensionnelle (statistiques descriptives) des deux enquêtes montre une évolution significative des caractéristiques du profil sociodémographique de l'entrepreneur (âge, niveau de formation), de ses motivations (entrepreneuriat par opportunité) alors que son environnement social (connaissance d'un entrepreneur, capacité et expérience pour entreprendre) reste stable.

Ainsi, l'évolution concerne l'âge des entrepreneurs qui passe de la jeunesse à un âge médian (la quarantaine), le niveau de formation qui passe du secondaire à l'universitaire et l'entrepreneuriat par opportunité qui s'affirme davantage comme motivation principale pour se lancer dans la création d'entreprise.

Concernant l'analyse multidimensionnelle, la comparaison entre les deux périodes (2011 et 2018) montre des éléments de convergence et de divergence pour les groupes d'entrepreneurs qui se sont formés après l'application de l'AFCM. En effet, les résultats des deux enquêtes convergent par la présence de plusieurs groupes d'entrepreneurs ayant chacun des caractéristiques spécifiques d'où l'inexistence d'un profil-type unique de l'entrepreneur en Algérie. Cependant, la divergence réside dans les caractéristiques de chaque groupe qui se différencient déjà entre elles et dont l'évolution dans le temps divergent également.

Le premier profil de l'entrepreneur mis en évidence par l'enquête GEM de 2011 est un homme de niveau universitaire, d'âge médian, qui entreprend par opportunité et dont la taille de l'entreprise est moyenne, le second profil est une femme, jeune et moins instruite et qui entreprend par nécessité alors que le troisième profil est un homme plutôt âgé et qui a créé son entreprise depuis bien longtemps sans entourage ni expérience entrepreneuriale.

Pour l'enquête Région Centre de 2018, trois profils d'entrepreneurs ont été également mis en évidence : le premier profil est un homme âgé et expérimenté, preneur de risque et n'ayant pas peur de l'échec et dont l'entreprise est de taille moyenne, le second profil est un jeune sans expérience et sans capacités entrepreneuriales ayant une très petite entreprise créée récemment, le troisième profil est un homme peu formé, ayant un entourage entrepreneurial, entreprenant par nécessité et dont la taille de l'entreprise est petite.

Ces résultats mettent en évidence un fait majeur : l'évolution des caractéristiques des entrepreneurs dans le temps est bien perceptible, certains caractères sont devenus prédominants, d'autres ont perdu de leurs importances. Cela s'explique par plusieurs facteurs tels que les politiques publiques en faveur de l'entrepreneuriat ciblant une catégorie précise de la population (jeunes, femmes aux foyers, diplômés...)

Cependant, le profil-type de l'entrepreneur algérien n'est pas unique, bien au contraire, plusieurs profils-types existent, chacun ayant ses propres caractéristiques. Cela confirme l'hypothèse que nous avons émise, bien que la différence entre les caractéristiques de certains profils d'entrepreneurs ne soit pas notable. Cela est dû aux différentes mutations économiques ayant caractérisées la transition du pays à l'économie de marché, ainsi que l'évolution du cadre institutionnel de l'entrepreneuriat et de la création d'entreprises.

## **V- Conclusion:**

Cette étude a pour objet d'apprécier l'évolution de la dynamique entrepreneuriale en Algérie à travers l'exploration de son aspect relatif aux caractéristiques des entrepreneurs. Nous l'avons réalisé en comparant les résultats d'une enquête auprès d'un échantillon de 84 entrepreneurs de la région centre du pays en 2018, avec un échantillon de 74 entrepreneurs, tiré de l'enquête GEM pour l'Algérie en 2011. Nous avons mis en évidence la maturation de la perception de l'activité entrepreneuriale dans le pays depuis sa transition à l'économie de marché au début des années 1990 à travers l'évolution significative de certaines caractéristiques dominantes. Ces dernières se manifestent à travers le niveau de formation de plus en plus élevé, l'âge moyen, un environnement entrepreneurial favorable et l'entrepreneuriat par opportunité comme motivation principale.

Nous avons également pu établir l'existence de plusieurs profils-types (catégories) des entrepreneurs, et non pas un seul profil-type. Bien entendu, chaque catégorie des entrepreneurs se distingue par des caractéristiques bien spécifiques (socio-démographiques, motivation, environnement), une distinction qui s'explique par les mutations économiques que l'Algérie a vécues depuis les années 1990 mais aussi par les trajectoires et expériences individuelles de ses entrepreneurs dont il conviendrait d'approfondir la recherche dans cette direction.

Comme tout travail de recherche, cette étude souffre certainement de limites évidentes, à commencer par la représentativité des échantillons par rapport à l'ensemble des entrepreneurs établis que compte le pays. Bien que leurs tailles sont appréciables vu les difficultés à recueillir de l'information en Algérie pour ce genre d'études. L'autre limite, à notre sens réside dans la restriction, dans l'étude, à un seul aspect de la dynamique entrepreneuriale, à savoir les caractéristiques de l'entrepreneur, donc il conviendrait également de s'intéresser à d'autres aspects dans les recherches ultérieures.

## - Annexes :

Tableau (1) : Groupes de variables et d'observations sur les axes factoriels (GEM 2011)

Groupes et axes	Variables / Modalités	Contribution (%)	Cosinus carré / 1	Valeurs Test / 2	Observations (entrepreneurs)
Groupe I Axe F1	CON 2	21,54	0,5066	<b>6,0810</b>	13, 14, 15, 16, 17, 20, 25, 34, 39, 43, 46, 52, 54, 67. Soit 14 entrepreneurs (19% de l'échantillon)
	PECP 2	6,40	0,1663	<b>3,4840</b>	
	C'EXP 2	9,87	0,2284	<b>4,0830</b>	
	AN 1	25,16	0,5647	<b>6,4203</b>	
Groupe II Axe F2	GENR 2	2,67	0,0652	<b>2,1816</b>	3, 4, 8, 12, 13, 16, 21, 26, 29, 30, 34, 36, 39, 40, 41, 48, 56, 69, 70, 72 Soit 20 entrepreneurs (27% de l'échantillon)
	AGE 1	9,65	0,3532	<b>5,0776</b>	
	FORM 1	3,58	0,2146	<b>3,9578</b>	
	MOTV 2	9,84	0,2357	<b>4,1482</b>	
	AN 3	3,21	0,0899	<b>2,5623</b>	
Groupe III Axe F2	EMPL 1	1,45	0,1469	<b>3,2742</b>	11, 24, 27, 28, 33, 37, 38, 43, 44, 45, 46, 50, 52, 53, 54, 55, 58, 59, 61, 62, 63, 71, 73, 74 Soit 24 entrepreneurs (33% de l'échantillon)
	GNR 1	0,99	0,0652	<b>-2,1816</b>	
	AG 2	7,68	0,2467	<b>-4,2441</b>	
	FORM 3	2,50	0,0577	<b>-2,0527</b>	
	MOTV 1	6,67	0,3030	<b>-4,7032</b>	
	PECP 1	4,63	0,3588	<b>-5,1178</b>	
	AN 2	2,10	0,0790	<b>-2,4012</b>	
EMPL 2	5,33	0,1132	<b>-2,8750</b>		

La source : Etabli par les auteurs à partir de l'AFCM du logiciel XLSTAT, 2018

Tableau (2) : Groupes de variables et d'observations (Région Centre 2018)

Groupes et axes	Variables / Modalités	Contribution (%)	Cosinus carré / 1	Valeurs Test / 2	Observations (entrepreneurs)
Groupe I Axe F1	GNR 1	0,17	0,0680	<b>2,3756</b>	1,4, 12, 13, 16, 18, 19, 21, 24, 25, 37, 49, 50, 51, 52, 53, 57, 59, 63, 64, 68, 69, 70, 71, 76, 77, 79, 82, 83 Soit 29 entrepreneurs (35% de l'échantillon)
	CON 2	2,74	0,0945	<b>2,8003</b>	
	CPEX 1	2,15	0,1341	<b>3,3358</b>	
	PECH 2	0,80	0,0723	<b>2,4504</b>	
	EMPL 3	10,36	0,3910	<b>5,6967</b>	
Groupe II Axe F1	AG 1	1,47	0,0517	<b>-2,0722</b>	5, 7, 11, 15, 17, 26, 33, 35, 36, 54, 55, 60, 62, 67, 72, 73, 81, 84 Soit 18 entrepreneurs (22% de l'échantillon)
	CPEX 2	3,49	0,1341	<b>-3,3358</b>	
	PECH 1	2,24	0,0723	<b>-2,4504</b>	
	AN 3	3,15	0,1801	<b>-3,8662</b>	
	EMPL 1	2,85	0,1057	<b>-2,9622</b>	
Groupe III Axe F II	FORM 1	5,04	0,1235	<b>-3,2011</b>	6, 14, 20, 27, 28, 34, 39, 40, 41, 42, 45, 46, 47, 48, 56, 61, 78 Soit 17 entrepreneurs (20% de l'échantillon)
	MOTV 2	7,84	0,1890	<b>-3,9611</b>	
	CON 1	5,00	0,2968	<b>-4,9632</b>	
	PECP 1	9,90	0,4362	<b>-6,0171</b>	
	EMPL 2	2,55	0,0645	<b>-2,3132</b>	

La source : Etabli par les auteurs à partir de l'AFCM du logiciel XLSTAT, 2018

**Annexe 1 : Variables et modalités des caractéristiques des entrepreneurs selon le cadre conceptuel du GEM**

Code Variable	Étiquette de la variable	Modalités de la variable
GNR	Genre de l'entrepreneur	1 : Masculin, 2 : Féminin
AGE	Age de l'entrepreneur	1 : - de 35 ans, 2 : 35 ans à 55 ans, 3 : + de 55ans
FORM	Formation de l'entrepreneur	1 : Secondaire ou moins, 2 : Formation professionnelle, 3 : Universitaire
MOTV	Motivations pour entreprendre	1 : Saisir une opportunité, 2 : Par nécessité, 3 : Combinaison opportunité/nécessité
CON	Connaissance d'un entrepreneur	1 : Oui, 2 : Non
PRCP	Perception d'opportunités entrepreneuriales	1 : Oui, 2 : Non
CPEX	Capacités et expérience pour entreprendre	1 : Oui, 2 : Non
PECH	Peur de l'échec obstacle pour entreprendre	1 : Oui, 2 : Non
AN	Année de création de l'entreprise	1 : 1990-2000, 2 : 2000-2010, 3 : A partir de 2010
EMPL	Effectif employé	1 : - de 10 employés, 2 : de 10 à 49 employés, 3 : + de 50 employés

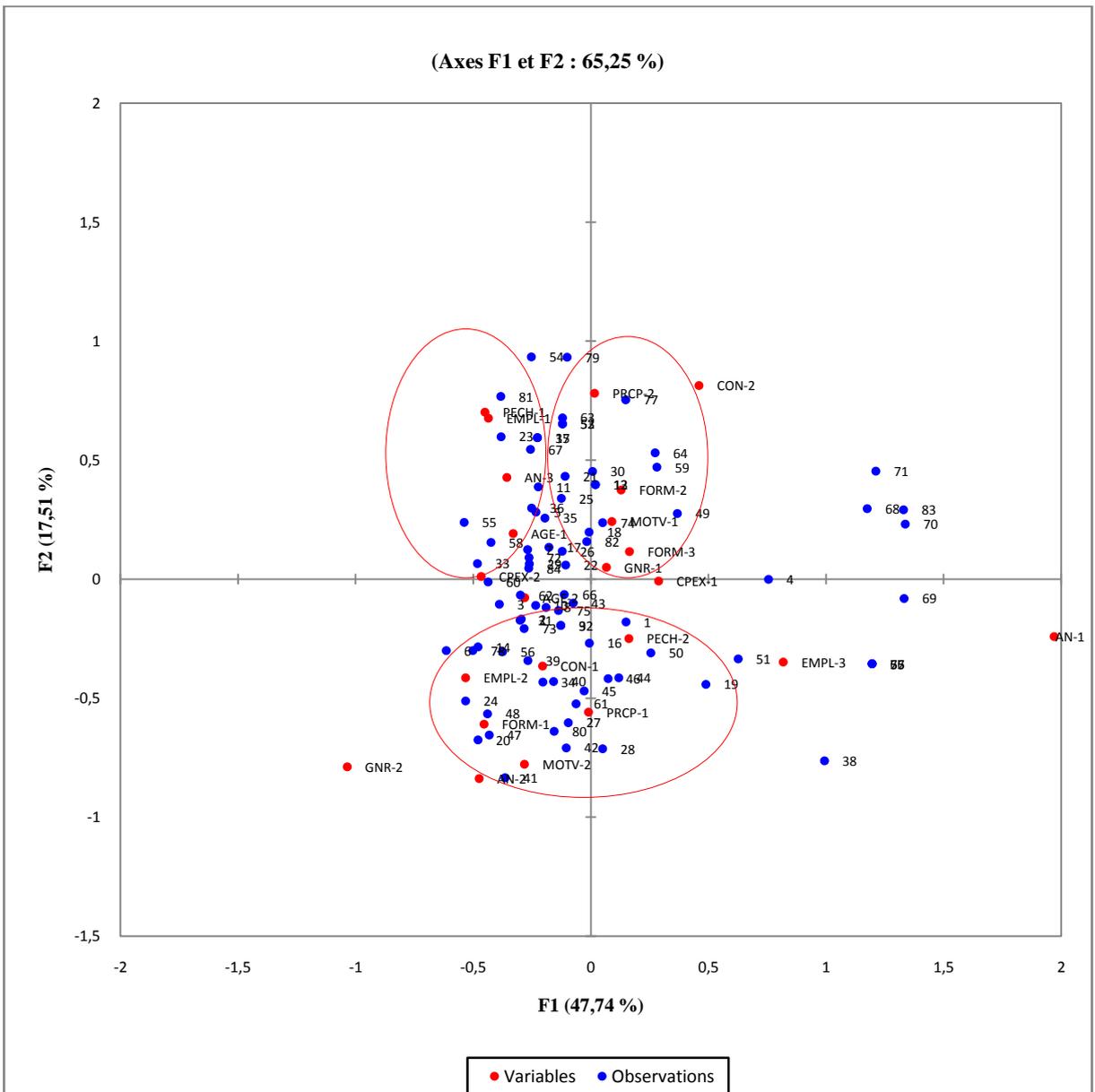
Source : Etabli par les auteurs à partir du cadre conceptuel GEM

**Annexe 2 : Evolution des caractéristiques des entrepreneurs entre les enquêtes GEM 2011 et Région Centre 2018.**

Variable	Modalités	Enquête GEM 2011		Enquête Région Centre 2018	
		Fréquence	%	Fréquence	%
GNR	1	54	<b>72,97</b>	79	<b>94,05</b>
	2	24	27,03	05	05,95
AGE	1	38	<b>51,35</b>	27	32,14
	2	33	44,60	48	<b>57,15</b>
	3	03	04,05	09	10,71
FORM	1	52	<b>70,28</b>	21	25,00



**Annexe 4 :** Graphique symétrique des variables et des observations (Enquête Région Centre)



Source: AFCM, 2018

**-Références:**

- Abderahmane ABEDOU, Ahmed. BOUYACOUB, & Hamid KHERBACHI, (2012). *L'entrepreneuriat en Algérie, 2009/2012, Rapport GEM Algérie*. Alger.
- Zoltan ACS, (1984). *The changing Structure of the U.S. Economy*. New York: Praeger.
- Mondher ASSASSI, Nacereddine & HAMMOUDA, (2006). **Les entrepreneurs algériens, une image statistique**. *Colloque international: créations d'entreprises et territoires*,. Tamanrasset.
- BANQUE MONDIALE, (2018). *15ème rapport annuel «Doing Business 2018»*. Washington.
- J. BARONET, (1996). **L'entrepreneurship, un champ à la recherche d'une définition. Une revue sélective de la littérature sur l'entrepreneurship**. (H. Montréal, Éd.) *Cahiers de recherche n°96-07-01*.
- Slimane BEDRANI, (1997). **Nouveaux entrepreneurs dans la transition à l'économie de marché: les entrepreneurs ruraux**. *Les Cahiers du CREAD, N° 42*.
- Abdellatif BENACHENHOU, (2007). *Les entrepreneurs algériens*. Alger: Ed. Alpha Design.
- Pierre BOURDIEU, (1963). *Travail et travailleurs en Algérie*. Paris : Mouton.
- Sophie BOUTILLIER & Dimitri UZUNIDIS, (1995). *L'entrepreneur. Une analyse socio-économique*. Economica.
- Ahmed BOUYACOUB, (1997). **Les nouveaux entrepreneurs en Algérie en période de transition : la dimension transnationale**. *Les Cahiers du CREAD N°40*.
- Christian BRUYAT, (1993). *Création d'entreprises : contribution épistémologiques et modélisation*. Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Grenoble.
- Marc CASSON, (2003). *The entrepreneur : an economic theory*. Second Edition, Edwar Elgar, Cheltenham, UK.
- Omar DERRAS, (1997). **Place du secteur privé industriel national dans l'économie algérienne**. *Revue Insaniyat, N°1*, p. 156-174.
- Michael DRUCKER, (1985). *Les entrepreneurs*. : Ed. L'expansion/Hachette, Paris.
- Allain FAYOLLE, (2004). *Entrepreneuriat, apprendre à entreprendre*. Paris: Ed. DUNOD.
- Mohamed Yacine FERFERA & Yacine BELARBI, (2006). **L'impact des caractéristiques entrepreneuriales sur le développement des entreprises en Algérie: Etude de cas**. *Colloque International: Création d'entreprises et territoires*. Tamanrasset.
- Luis FILION, (1997). **Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances**,. *Revue internationale PME, Vol. 10, N°2*, p.130-172.
- W.B. GARTNER, (1990). **What are we talking about when we talk about entrepreneurship?** *Journal of Business Venturing, Vol. 5, N°In New York*.
- Anne GILLET, (2002). **Les entrepreneurs algériens créateurs de petites entreprises: un groupe hétérogène entre logiques sociales, et logique économique capitaliste**. *Document de travail, CNAM-GRIOT*.
- Abdelaziz KERZABI, & Wassila TABET-AOUEL, (2009). **La vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé**. *11 ème Journées scientifiques du réseau entrepreneuriat, INRPME*. Trois-Rivières, Canada.
- Djilali LIABES, (1984). **Entreprises, entrepreneurs et bourgeoisies d'industrie en Algérie. Quelques éléments pour une sociologie de l'entreprendre**. *Les Cahiers du CREAD N°1*.
- Mohamed MADOU, (2008). **Les nouvelles figures de l'entrepreneuriat en Algérie : un essai de typologie**. *Les Cahiers du CREAD (85-86), P.45-58*.
- Fatima Tahir METAICHE, & Abdesselam BENDIABDELLAH, (2016). **Les femmes entrepreneures en Algérie : savoir, vouloir et pouvoir**. *Marché et organisation, N°26*, P.219-240.
- Ministère de l'Industrie et des Mines, (2016). *Bulletin d'information statistique de la PME, N°30*. Alger.
- Ministère de l'Industrie et des Mines, (2018). *Bulletin d'information statistique de la PME, N°33*. Alger.
- Office National des Statistiques, (2018). *Activité, Emploi et Chômage*. Alger.
- Mohand Ouamar OUSSALEM, (2002). **Entrepreneuriat privé et développement local. Eléments d'analyse à partir du cas de Tizi-Ouzou**. *Revue Insaniya, 16*, 135-162.
- Josef Alois SCHUMPETER, (1910). *Théorie de l'évolution économique Recherches sur le profit, le crédit, l'intérêt et le cycle de la conjoncture*. Québec: Traduction française, 1935, Edition électronique, 2002,.
- Ahed Ramzy SIAGH, (2014). *Contribution du profil et des compétences entrepreneuriales à la réussite des petites et moyennes entreprises en Algérie*. *These de Doctorat, Université Kasdi Merbah, Ouargla*.

Azeddine TOUNES, & Allain FAYOLLE, (2006). **L'odyssée d'un concept et les multiples figures de l'entrepreneur.** *La Revue des Sciences de Gestion, Vol. 4, N° 220-221* .

Azeddine TOUNES, (2003). **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 Sciences de Gestion, Université de Rouen . France.*

Thierry VERSTRAETE & Allain FAYOLLE, (2004). **Quatre paradigmes pour cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat.** *7ème CIFEPME.* Montpellier.

Thierry VERSTRAETE, (1999). **Entrepreneuriat, connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes.** Paris: Ed. L'Harmattan.

### Comment citer cet article par la méthode APA:

Moustafa OUKACI, Mohamed Achouche (2020), **Evolution de la dynamique entrepreneuriale en Algérie ; une comparaison des caractéristiques de l'entrepreneur**, Revue algérienne de développement économique, Volume 07 (numéro 01), Algérie : Université Kasdi Marbah Ouargla, PP. 395-408.



Les droits d'auteur de tous les articles publiés dans cette revue sont conservés par les auteurs concernés conformément à la licence **Creative Commons Paternité-Pas d'utilisation commerciale - Pas de dérivation 4.0 International** (CC BY-NC 4.0).

Revue algérienne de développement économique sous licence **Creative Commons Creative Commons Attribution – Pas d'utilisation commerciale - Prevention de derivation 4.0 International** (CC BY-NC 4.0).



The copyrights of all papers published in this journal are retained by the respective authors as per the **Creative Commons Attribution License**.

**Algerian Review of Economic Development** is licensed under a **Creative Commons Attribution-Non Commercial license** (CC BY-NC 4.0).