

**Entrepreneuriat familial à Bejaia : étude exploratoire sur le profil du propriétaire et le management de l'entreprise**  
Family entrepreneurship in Bejaia: exploratory study on the owner's profile and the management of the company

**OUKACI Moustafa<sup>1</sup>**

Maitre de Conférences B / Laboratoire Economie et Développement  
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de  
Gestion. Université de Bejaia, Algérie  
[moustafa.oukaci@univ-bejaia.dz](mailto:moustafa.oukaci@univ-bejaia.dz)

**ARIF Salah Eddine**

Maitre de Conférences  
Université d'Evry Val d'Essonne, France  
[salaheddine.arif@univ-evry.fr](mailto:salaheddine.arif@univ-evry.fr)

Date de soumission : 01-03-2023, Date d'acceptation : 16-04-2023, Date de publication : 02-06-2023

**Résumé :**

L'objet de cet article est d'explorer la réalité de l'entrepreneuriat familial en Algérie, et cela à travers l'étude d'un échantillon d'entreprises familiales dans la région de Bejaia. Des éléments relatifs au profil de l'entrepreneur-propriétaire ainsi qu'au profil et à la gestion de l'entreprise familiale ont été analysés par le recours à une enquête par questionnaire. Les résultats obtenus ont établi que l'entreprise est souvent constituée de capitaux familiaux, que le propriétaire étant le gérant, associe les membres de la famille aux décisions, et que la famille est très engagée dans l'entreprise. Toutefois, la problématique de la succession dans la direction et le contrôle de l'entreprise familiale n'est pas du tout posée ou même envisagée.

**Mots-clés :** Entrepreneuriat, Famille, Entreprise, Bejaia.

**Code JEL:** L26, M13, M21

**Abstract:**

The purpose of this article is to explore the reality of family entrepreneurship in Algeria, through the study of a sample of family businesses in the region of Bejaia. Elements relating to the profile of the entrepreneur-owner as well as the profile and management of the family business were analyzed by means of a questionnaire survey. The results established that the company is often made up of family capital, that the owner being the manager, associates the members of the family in the decisions, and that the family is very involved in the com. However, the issue of the succession in the management and the control of the family business is not at all raised or even considered.

**Keywords:** Entrepreneurship, Family, Business, Bejaia.

**Jel Classification Codes:** L26, M13, M21

---

<sup>1</sup> Auteur Correspondant

**Introduction :**

Le caractère familial de l'entrepreneuriat est souvent peu étudié. Cela est le fait que les recherches sur cet aspect particulier du monde de l'entreprise sont relativement récentes mais tendent de plus en plus à s'accroître. L'entreprise familiale se distingue par le fait que des membres d'une même famille ou de plusieurs familles jouent un rôle important dans l'entreprise à travers l'exercice direct de l'autorité et du contrôle, la détention des droits de propriété et l'influence considérable quant à la succession dans sa direction.

En Algérie, il est souvent affirmé que le capital privé est exclusivement familial, un fait qui trouve son origine même dans la genèse du secteur privé dans le pays. Tout de même, il n'existe pas de dispositions précises dans la législation qui régit les entreprises privées en Algérie et qui distinguent clairement les entreprises familiales des autres entreprises non familiales, la détention exclusive du capital par le propriétaire et/ou des membres de sa famille est le seul marqueur de cet état de fait.

Ainsi, dans cet article, nous tenterons **d'explorer la réalité de l'entrepreneuriat familial dans la région de Bejaia en s'interrogeant notamment sur le profil du propriétaire et le management de l'entreprise**, et cela en analysant les conclusions d'une enquête auprès d'un échantillon de vingt-neuf entreprises privées familiales.

Cet article est structuré autour de quatre parties : la première partie est consacrée à la présentation de la définition de l'entreprise familiales ainsi que ses spécificités qui les distinguent, la deuxième partie est relative à l'évolution et aux caractéristiques de l'entreprise familiale en Algérie. La troisième partie présente la méthodologie adoptée pour l'investigation empirique qui est l'enquête par questionnaire alors que la quatrième partie est une mise en évidence des principaux résultats obtenus et suivie par une discussion.

**1. Entreprise familiale : définition et spécificités**

En dépit de son poids économique considérable environ, l'entreprise familiale est demeurée longtemps occultée, voire sous-estimée dans la littérature économique (ALLOUCHE & AMANN , 2000). Ce poids se manifeste à titre d'exemple aux Etats-Unis dont au moins 90% des entreprises sont possédées et contrôlées par une ou plusieurs familles, réalisant entre 30 et 60 % du PNB, et payant la moitié du total des salaires, ces taux sont compris entre 45 et 65 % en Europe occidentale (ALLOUCHE & AL., 2008) et (KPMG & EFB , 2016). De même, dans les pays en développement, il semble que l'entreprise familiale est de loin, la plus répandue dans le paysage économique des entreprises privées (STEPHAN & AL., 2016).

Cependant, c'est au début des années 1980 que le concept de l'entreprise familiale a suscité l'intérêt des chercheurs dont une revue spécialisée « *Family Business Review* » est apparue en 1988 aux Etats-Unis et consacrée exclusivement à son étude. Depuis, la littérature sur les entreprises familiales a plus que progressé et les thématiques abordées se sont diversifiées : succession, relation famille-entreprise, performance économique, gouvernance ou stratégie (MERZOUK, 2017).

La définition de l'entreprise familiale n'a pas fait l'objet d'un consensus entre spécialistes, cela est le fait, semble-t-il, de la combinaison et de l'imbrication de deux systèmes sociaux : l'entreprise et la famille (HIRIGOYEN, 2009). Toutefois, les diverses définitions convergent vers des éléments incontournables pour caractériser l'entreprise familiale, en l'occurrence, la propriété ou le contrôle de l'entreprise par la famille et son influence sur la gestion et le transfert générationnel. A titre d'exemple, quatre-vingt-dix définitions de l'entreprise familiale coexistent en Europe (FAMILY BUSINESS SURVEY, 2011), alors que la Commission Européenne considère comme familiale, toute entreprise contrôlée majoritairement par une ou plusieurs familles et dont l'un des membres est impliqué dans le management.

De notre côté, nous nous référons à la définition de (ALLOUCHE & AMANN, 1998) de l'entreprise familiale et qu'ils considèrent comme familiale, l'entreprise au sein de laquelle un ou plusieurs membres d'une même famille étendue ou de plusieurs familles, influencent significativement son développement par la détention de droits de propriété sur le capital, en faisant prévaloir des liens de parenté dans l'exercice du processus de choix des dirigeants, qu'ils soient issus de la famille ou recrutés à l'extérieur, en affichant la volonté de transmettre l'entreprise à la prochaine génération en sachant le poids de l'entreprise sur les intérêts et objectifs de la famille.

De cette définition, nous retenons qu'effectivement la place de la famille est prépondérante et décisive dans l'entreprise familiale, et cela à travers la détention des droits de propriété sur le capital, le droit de regard sur le processus de choix des dirigeants par liens de parenté ainsi que la volonté de transmettre l'entreprise à la prochaine génération de la famille, ce qui la distingue naturellement d'une entreprise non familiale.

Pour les spécificités de l'entreprise familiale, elles trouvent leurs origines dans son tiraillement entre la logique de fonctionnement de la famille et celle de l'entreprise (ZIANE & DIB, 2018). Ces spécificités se manifestent, entre autres, à travers les chevauchements des sphères familiales, actionnariales et managériales (AGGOUN & DADDI-ADDOUN, 2020), la détention majoritaire du capital par la famille influençant la prise de décision et la question délicate de la succession qui engage souvent l'avenir de l'entreprise familiale (BOUTRIK & BOUYAHIAOUI, 2020). Cela rend le management de l'entreprise familiale spécifique d'où l'existence d'une certaine dualité dans la composition des instances dirigeantes, avec la présence, outre des membres de la famille, d'administrateurs indépendants issus souvent d'entreprises comparables ou de secteurs d'activité similaires, et qui portent ainsi un regard différent et des idées nouvelles.

En plus, l'entreprise familiale est confrontée à un impératif de croissance qui détermine même sa survie (LORANGE, 2005). En effet, elle se laisse souvent entraver par sa culture et ses priorités familiales au détriment d'une véritable politique de développement, gage d'une croissance pérenne et soutenue. Toutefois, en termes de stratégie, l'entreprise familiale adopte souvent une vision à long terme (FAMILY BUSINESS CENTER, 2019), mais qui demeure surtout prudente, en plaçant le capital humain au cœur de l'entreprise, en visant la pérennité des valeurs et en privilégiant la transmission de l'entreprise aux prochaines générations de la famille (FAMILY BUSINESS SURVEY, 2011)

## **2. Entreprise familiale en Algérie : évolution et caractéristiques**

En Algérie, les recherches sur l'entrepreneuriat et le secteur privé sont relativement anciennes (LIABES, HENNI, BENACHENHOU, BOUYACOUB et autres), cependant, le caractère familial de l'entreprise privée algérienne est délibérément occulté. Ce cas de figure trouve son origine dans le fait qu'il n'existe point de définition de l'entreprise familiale dans le code des investissements ou dans le code de commerce algériens (MERZOUK, 2018).

L'histoire économique de l'entreprise familiale en Algérie ne peut donc être dissociée de celle de l'économie nationale en général, et celle de l'entreprise et du secteur privé en particulier. Ce dernier est pratiquement dominé par la prépondérance des entreprises familiales (LASSASSI & HAMMOUDA, 2009) bien que les bulletins statistiques et autres études ou recensements économiques sur les entreprises, notamment les PME, et émanant des institutions nationales en charge du secteur (Ministère de la PME, ONS...) ne fournissent pas d'indications particulières sur le caractère familial de ces entreprises.

A titre d'exemple, la contribution des entreprises familiales à la création de l'emploi n'est pas quantifiée ou diffusée, au même titre que l'incidence de transmissions familiales non réussies dans la faillite des entreprises, et qui ne sont pas d'ailleurs mentionnées comme telles dans les statistiques officielles (GHEDDACHE, 2012). Tout de même, le croisement et l'imbrication de la dynamique entrepreneuriale et de l'entreprise familiale offrent indéniablement des opportunités de recherche sur les pratiques, à la fois familiales et entrepreneuriales (SOUFI & BEKKAR, 2021).

Selon (KERZABI & Tabet-AOUËL, 2009), les caractéristiques de l'entreprise familiale en Algérie sont dictées par un environnement qui n'a pas toujours été favorable à la libre entreprise, par conséquent, elle s'est retranchée sur elle-même pour se réfugier dans la famille, au lieu de penser au développement et à la croissance. Cela a mené une partie des entreprises familiales au conservatisme, puisque leur management est très influencé par la famille et l'ensemble des valeurs sociales qu'elle représente, comme la tradition, la confiance et la cohésion.

Cette influence décisive sur l'entreprise trouve tout son sens dans l'évolution même de la famille et par conséquent, constitue un bouleversement majeur pour l'entreprise familiale (OUDJEDI-DAMERDJI & AL., 2017). Ainsi, cette dernière traverse trois étapes cruciales au cours de son existence : la première est celle de la création par le père fondateur qui concentre le pouvoir de décision tout en planifiant sa succession et essayant de former son successeur. La seconde étape est celle de la reprise de l'entreprise par les enfants du fondateur, qui peuvent réussir la transmission de l'entreprise s'ils opèrent dans une harmonie fraternelle et utilisent des canaux de communication efficaces. La troisième étape est celle de la transmission de l'entreprise aux petits enfants qui est généralement source de conflits, et qui peuvent éventuellement entraver la croissance et l'évolution de l'entreprise familiale.

## **3. Méthodologie de l'investigation empirique**

Afin de tenter de dresser le profil du propriétaire de l'entreprise familiale ainsi que le management et la gestion de l'entreprise, nous avons réalisé une enquête par questionnaire auprès d'un échantillon d'entreprises familiales dans la région de Bejaia (Bejaia-ville, Kherrata et Aokas). Le questionnaire de l'enquête a

été constitué autour de cinq axes, en l'occurrence : le profil de l'entreprise familiale, le contexte de la création de l'entreprise, le profil de son propriétaire, le management de l'entreprise ainsi que le rôle de la famille et son engagement dans l'entreprise (annexe 1), chaque axe étant constitué d'un ensemble de questions à choix multiples et à modalités différentes (annexe 2). Et à l'issue de l'enquête qui a duré près de trois mois (Février, Mars et Avril de l'année 2022), et de l'administration d'une cinquantaine de questionnaires, nous avons obtenu une base de données constituées de 29 entreprises familiales dont les caractéristiques principales sont présentées dans la partie résultats et discussion.

#### 4. Résultats et discussion

Afin de mettre en évidence les principaux résultats obtenus à partir de l'enquête de terrain menée par nos soins, nous allons, dans ce qui suit, présenter successivement les cinq éléments sur lesquels nous nous sommes appuyés dans l'objectif d'explorer la réalité des entreprises familiales dans la région de Bejaia.

##### 4.1. Profil de l'entreprise familiale

Le premier élément est relatif à l'analyse du profil de l'entreprise familiale, ce dernier étant apprécié à travers cinq variables à multiples modalités. Le tableau 1, ci-après, donne un aperçu sur les modalités dominantes pour chaque variable retenue avec leurs pourcentages respectifs, ce qui permet de dresser le profil de l'entreprise familiale.

**Tableau 1. Profil de l'entreprise**

Variable	Modalités dominantes en (%)
Forme juridique	Entreprise Individuelle (34%), EURL (31%)
Période de création	Après 2000 (59%), 1990 – 2000 (27%)
Taille de l'entreprise	Très petite entreprise (59%), Petite entreprise (17%)
Secteur d'activité	Industrie (41%), Services (38%)
Capital de l'entreprise	La famille est majoritaire (69%)

**Source :** établi par nos soins à partir de l'enquête de terrain

Ainsi, la forme juridique dominante est l'entreprise individuelle et l'EURL (entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée), ce qui est tout à fait logique car d'une manière générale, un seul membre représente la famille dans l'entreprise, à savoir le propriétaire-dirigeant. Pour la période de création de l'entreprise, celle après les années 2000 est la plus dominante, cela renvoie à la conjoncture favorable à l'entrepreneuriat qui a caractérisé cette époque en Algérie, suite à la politique volontariste des pouvoirs publics en matière d'encouragement de création d'entreprises (textes réglementaires et dispositifs d'aide).

La taille de l'entreprise la plus répandue est la très petite entreprise, avec moins de dix (10) employés, cela confirme le fait, déjà établi, que le tissu entrepreneurial algérien est quasiment composé de très petites entreprises, à l'instar d'ailleurs de beaucoup de pays dans le monde. Ce qui est du secteur d'activité, c'est l'industrie et les services qui sont dominants dans cet échantillon, ce qui cadre partiellement avec la réalité de l'entreprise privée en Algérie, avec un degré moindre pour le secteur industriel. Enfin, concernant le capital de l'entreprise, il est

détenu majoritairement par la famille dans une grande partie des entreprises enquêtées, confirmant ainsi le caractère familial de ces dernières.

**4.2. Contexte de création de l'entreprise familiale**

Le second élément que nous nous présentons est relatif à l'analyse du contexte de la création de l'entreprise familiale, apprécié également par cinq variables et dont les modalités dominantes sont présentées dans le tableau 2, ci-dessous.

**Tableau 2. Contexte de création**

Variable	Modalités dominantes en (%)
Nature de la création	Nouvelle création (80%), Reprise (20%)
Motivations à la création	Opportunité d'affaires (52%), Indépendance (31%)
Sources financement	Epargne personnelle (41%), Capital Familial (41%)
Organismes publics de soutien	Aucun organisme sollicités (55%), ANADE (24%)
Contraintes rencontrées	Personnel qualifié (38%), Bureaucratie (34%)

Source : établi par nos soins à partir de l'enquête de terrain

Ainsi, la grande majorité des entreprises familiales de l'échantillon sont issues de nouvelles créations contre une petite partie qui sont des reprises, cela renseigne sur le fait que le caractère familial est plutôt affirmé dès la création de la nouvelle entreprise, car souvent l'entrepreneur-créateur garde à la fois la propriété et le contrôle de l'entreprise. Pour les motivations à la création d'entreprises, les entrepreneurs enquêtés mettent en avance la saisie d'opportunités d'affaires et le désir d'être indépendants, ce qui amène à dire qu'on est en présence d'un entrepreneuriat d'opportunité plutôt qu'un entrepreneuriat de nécessité, du moins dans le cas de cet échantillon d'enquête.

Concernant les sources de financement pour le démarrage de l'entreprise, les résultats de l'enquête montrent clairement que l'épargne personnelle ainsi que le capital familial sont les plus sollicités, alors que le recours au financement bancaire est pratiquement absent. Cela dénote de la volonté assumée des entrepreneurs-proprétaires des entreprises de se soustraire des contraintes administratives et financières des banques et autres bailleurs de fonds ou des tierces parties et garder ainsi une totale indépendance pour la prise de décision dans l'entreprise. Ce résultat est d'ailleurs corroboré par le fait que plus de la moitié des entrepreneurs enquêtés n'ont pas sollicité aucun organisme public de soutien à l'entrepreneuriat et la création d'entreprise et qu'à peine quelques uns se sont adressés à l'ANADE, ex-ANSEJ. Enfin, les contraintes rencontrées lors de la création de l'entreprises sont relatives au manque du personnel qualifié et à la lourdeur des démarches administratives, des contraintes souvent soulevées par les entrepreneurs en Algérie.

**4.3. Profil du propriétaire de l'entreprise familiale**

Le troisième élément de cette synthèse des résultats de l'enquête a trait au profil de l'entrepreneur-proprétaire de l'entreprise familiale dont les variables le constituant ainsi que leurs modalités dominantes respectives sont présentées dans ce tableau 3.

**Tableau 3. Profil du propriétaire**

Variable	Modalités dominantes en (%)
----------	-----------------------------

Genre du propriétaire	Masculin (70%), Féminin (30%)
Niveau de formation	Secondaire (38%), Universitaire (34%)
Rang familial du propriétaire	Cadet (34%), Rang intermédiaire (34%), Aîné (32%)
Statut antérieur du propriétaire	Employé (55%), Cadre d'entreprise (17%)
Formations suivies	Aucune formation (55%), Management (28%)

Source : établi par nos soins à partir de l'enquête de terrain

Ainsi, les entrepreneurs enquêtés sont en majorité des hommes, cependant, près d'un tiers sont des femmes, un résultat appréciable quant à la faible représentativité féminine dans l'activité entrepreneuriale en Algérie, et ayant le niveau de formation secondaire ou universitaire, un résultat également partagé par d'autres enquêtes sur le profil sociodémographique des entrepreneurs algériens. Pour ce qui est du rang du propriétaire de l'entreprise dans la famille, les résultats sont plutôt similaires entre toutes les modalités, à raison d'un tiers des réponses chacune, du Cadet, du rang intermédiaire et de l'Aîné, ce qui suggère que l'ordre du classement dans la famille n'est pas une condition indispensable pour prendre en main l'entreprise familiale.

Et dans le même ordre d'idées, plus de la moitié des réponses relatives au statut antérieur du propriétaire convergent vers celui d'employé, alors qu'une petite partie était cadre d'entreprise avant de se lancer dans l'entrepreneuriat privé, donc il est établi qu'une expérience salariale est préalable à la création d'entreprise si on se fie aux résultats de cette enquête. Enfin, l'aspect relatif aux formations suivies en vue de la création de l'entreprise semble être relégué au second degré par les personnes interrogées du moment où plus de la moitié des répondants ont déclaré de n'avoir suivi aucune formation alors que au moins près d'un tiers l'a fait en management d'entreprise, ce qui signifie l'absence d'une culture de formation entrepreneuriale préalable dans notre pays.

#### 4.4. Management de l'entreprise familiale

Le quatrième élément de la mise en évidence des résultats de cette enquête est relatif à la façon avec laquelle l'entreprise familiale est gérée et managée, les principales conclusions de cet élément sont récapitulées dans le tableau 4.

**Tableau 4. Management de l'entreprise**

Variable	Modalités dominantes en (%)
Qualité du manager	Propriétaire (65%), Membre de la famille (31%)
Prise de décision	Cadres (38%), Propriétaire (31%), Famille (31%)
Opposition aux décisions	Non (55%), Oui, la famille s'oppose (45%)
Pouvoir de la famille	Contrôle et direction (79%)
Tensions familiales entre membres	Pas de tensions (52%), Souvent des tensions (48%)

Source : établi par nos soins à partir de l'enquête de terrain

Ainsi, ceux qui sont chargés de gérer et de manager l'entreprise familiale sont en majorité constitués des propriétaires eux-mêmes ou des membres de la famille, ce qui renseigne bien sur le caractère patrimonial de ces entreprises dont le contrôle et la direction sont souvent exercées par le propriétaire et sa famille. Par contre, la prise de décision au sein de l'entreprise est plutôt partagée équitablement entre le propriétaire, les cadres et les membres de la famille, un fait qui indique

l'existence d'une certaine gouvernance participative et collégiale dans le management de l'entreprise.

Nous avons également établi qu'une bonne partie des répondants a affirmé que la famille ne s'oppose jamais aux décisions déjà prises alors qu'une partie non négligeable le fait, cela corrobore le résultat précédant sur la gestion souple de l'entreprise familiale où toutes les opinions et avis, même contraires soient-elles, sont recevables et écoutés. Pour ce qui est du pouvoir exercé par la famille sur l'entreprise, les réponses sont majoritairement orientées vers le contrôle et la direction à la fois, un fait déjà établi dans les résultats précédents et qui confirme l'idée, largement répandue en Algérie, que le capital privé algérien est majoritairement familial. Enfin, sur la question de savoir si des tensions surgissent entre membres de la famille en rapport avec l'entreprise familiale, les réponses sont presque partagées équitablement entre l'affirmative et la négative, ce qui confirme que la gestion d'une entreprise familiale n'est pas pour autant facile, mais plutôt sujette parfois à des situations tendues et conflictuelles.

#### 4.5. Rôle de la famille et son engagement dans l'entreprise

Le dernier élément de la présentation des conclusions de cette enquête de terrain sur les entreprises familiales à Bejaia est relatif à l'appréciation du rôle de la famille et son engagement dans l'entreprise familiale, les variables mobilisées ainsi que les modalités dominantes en termes de représentativité sont données dans le tableau 5, ci-après.

**Tableau 5. Rôle de la famille**

Variable	Modalités dominantes en (%)
Membres de la famille impliqués	Moins de 3 membres (62%), 3 à 5 membres (24%)
Famille et entreprise	La famille est un avantage (86%)
Avantage de la famille	Confiance (38%), Financement (24%)
Intention de transmission	Pas en ce moment (59%), C'est déjà fait (31%)
Intégration d'un successeur	Pas en ce moment (55%), Pas du tout (24%)

Source : établi par nos soins à partir de l'enquête de terrain

Ainsi, plus de la moitié des entreprises de cet échantillon de l'enquête sont caractérisées par le fait qu'au moins deux membres de la famille sont impliqués directement dans l'entreprise et de trois à cinq membres impliqués pour près d'un quart de ces entreprises, un tel fait montre clairement l'engagement et l'implication de la famille dans l'entreprise familiale et tout ce qui la concerne. D'ailleurs, la majorité des personnes interrogées ont affirmé que la famille représente un avantage indéniable pour l'entreprise familiale, et particulièrement en termes de la confiance qu'inspirent les valeurs familiales et de l'accès, certes relatif, au financement par le biais de l'épargne ou des capitaux familiaux.

Enfin, concernant la question cruciale de la succession dans l'entreprise familiale, les conclusions de cette enquête sont plutôt ambivalentes du fait que dans la majorité des entreprises enquêtées, l'intention de transmettre l'entreprise à un membre de la famille n'est même pas à l'ordre du jour, alors que près d'un tiers des répondants admettent tout de même en avoir cette intention, cela peut s'expliquer par le fait que les entreprises familiales de cet échantillon sont de création relativement récente et que le temps de la succession est plutôt précoce. Et dans



cette même perception de la succession dans l'entreprise familiale, la majorité des propriétaires interrogés jugent que le temps n'est pas opportun pour intégrer ou préparer un éventuel successeur dans les affaires de l'entreprise ou n'en pensent même pas, ce qui renseigne sur la difficulté d'aborder sereinement la problématique de la succession dans les entreprises familiales en Algérie.

### Conclusion :

Cette étude a pour objet l'exploration de la réalité de l'entrepreneuriat familial dans la région de Bejaia et cela à travers la mise en évidence des conclusions d'une enquête sur un échantillon d'entreprises familiales privées. Les principaux résultats obtenus ont permis d'avoir une idée, sommaire soit-elle, sur les caractéristiques de l'entreprise familiale et son contexte de création, du profil de son propriétaire, de son management et aussi du rôle de la famille et son engagement pour l'entreprise.

De ce fait, le profil dominant de l'entreprise familiale est celui d'une entreprise individuelle ou unipersonnelle, de taille très petite, à capital majoritairement familial et activant dans les services ou l'industrie. Elle est une nouvelle création, issue d'une saisie d'opportunité d'affaires sur le marché et financée par épargne personnelle du propriétaire ou par des capitaux familiaux. Le profil dominant du propriétaire de l'entreprise familiale est un homme, de niveau universitaire ou secondaire, employé avant de devenir entrepreneur et créer son entreprise, pas nécessairement l'ainé dans sa famille et n'ayant pas suivi de formations préalables ou spécifiques en vue de la création d'entreprises.

Pour le management de l'entreprise familiale, le propriétaire est souvent le gérant, il associe aux décisions des cadres et des membres de la famille, cette dernière s'en oppose parfois, car elle exerce à la fois le pouvoir et la direction, ce qui crée des tensions entre ses membres, y compris le propriétaire-gérant, d'un temps à un autre. De même, la famille est très engagée dans l'entreprise où parfois jusqu'à cinq membres s'impliquent, ce qui est considéré comme un avantage absolu en termes de confiance et de loyauté, mais cela n'empêche pas le fait que l'intention de transmettre l'entreprise est quasiment absente alors que l'idée d'intégrer un éventuel successeur dans l'entreprise n'est même pas à l'ordre du jour, ce qui pose avec acuité la problématique de la succession dont est confrontée toute entreprise familiale en Algérie.

### Références bibliographiques:

- AGGOUN & DADDI-ADDOUN. (2020). Spécificité et utilité de la gouvernance des entreprises familiales : cas du code algérien de gouvernance d'entreprise. *Revue des Réformes Economiques et Intégration en Economie Mondiale, Vol 14(1)*, pp. 184-19.
- ALLOUCHE & AMANN . (2000). L'entreprise familiale: un état de l'art. *Finance, Contrôle, Stratégie, 3(1)*, 33-79.
- ALLOUCHE & AL. (2008). The impact of family control on the performance and financial characteristics of family versus nonfamily business in Japan: a matched-pair investigation. *Family Business Review, XXI(4)*, pp. 315-329.
- ALLOUCHE & AMANN. (1998). *Nature et performances des entreprises familiales*. G. Schmidt (éds), Le management, fondements et renouvellements, Sciences Humaines.
- BOUTRIK & BOUYAHIAOUI. (2020). La succession dans les entreprises familiales algériennes ». *The Added Value of Business Economics Journal, , Vol 02(N° 01)*, pp. 163-190.

- FAMILY BUSINESS CENTER . (2019). *Enquête mondiale sur les entreprises familiales en 2019. Objectifs à long terme, dynamique à court terme*. Deloitte Insights.
- FAMILY BUSINESS SURVEY. (2011). *L'entreprise familiale, un modèle durable*. Etude Family Business France.
- GHEDDACHE. (2012). *Etude du comportement stratégique de l'entreprise familiale*. Thèse de Doctorat en Sciences Economiques, Université de Tizi Ouzou. .
- HIRIGOYEN. (2009). Concilier finance et management dans les entreprises familiales. *Revue française de gestion*, 8(198-199), pp. 393-411.
- KERZABI & TABET-AOUEL. (2009). L'entreprise familiale en Algérie : de l'indépendance au conservatisme. *Communication au 11 ème Journées scientifiques du réseau entrepreneuriat, INRPME*, (p. 14). Trois-Rivières, Canada.
- KPMG & EFB . (2016). *La croissance cachée des entreprises familiales. L'humilité au service de la réussite*.
- LASSASSI & HAMMOUDA. (2009). La main d'œuvre familiale : quelle utilisation en Algérie? . *Revue Les Cahiers du CREAD(N° 89)*, pp. 97-122.
- LORANGE. (2005). The growth dilemma in family-owned firms. *Revue Finance & Bien commun(N°23)*, pp. 39-44.
- MERZOUK. (2017). *La croissance des PME : Exploration des facteurs de croissance auprès des PME algériennes, cas de PME familiales*. Thèse de Doctorat en Sciences Economiques, Université de Bejaia .
- MERZOUK. (2018). L'entreprise familiale dans le contexte de l'Algérie : Quelles facettes cachées? *Revue africaine de management*, 3(1), pp. 93-119.
- OUDJEDI-DAMERDJI & AL. (2017). L'audit et la gouvernance dans les entreprises familiales en Algérie : une prévention ou une formalité ? *Congrès transatlantique de Comptabilité, Audit, Contrôle et Gestion des Coûts*. Lyon, France.
- SOUFI & BEKKAR . (2021). Le rôle du dirigeant dans le dynamisme entrepreneurial des entreprises familiales. *Business Sciences Review,, Vol 20(1)*, pp. 144-165.
- STEPHAN & AL. (2016). Socialisation du repreneur familial en PME : étude de cas en Albanie, Algérie et France. *Revue Les Cahiers du CREAD(117)*, pp. 83-113.
- ZIANE & DIB. (2018). L'influence de la gouvernance de l'entreprise à caractère familial sur la performance financière . *Revue du Droit et des Sciences Humaines*, pp. 425-437.