

LE PROFIL DE L'ENTREPRENEUR EN ALGERIE

Nadjat DJAMANE- SEGUENI

Université d'Oran 2
rayon_oranais@yahoo.fr

Ghalia BENYAHIA-TAIBI

Université d'Oran 2
g.taibi@yahoo.fr

المخلص:

لا يمكن الحديث عن المؤسسات المصغرة في الدول المتقدمة بدون الحديث عن المقاول كونه حجر الزاوية، و المقاولاتية كإستراتيجية تطور وبقاء للمؤسسة. الثقافة المقاولاتية بدأت تعرف تطور ملحوظا في الجزائر للحد من المنافسة، وتعد هذه الأخيرة أساس الاتفاقيات الموقعة مع الإتحاد الأوربي و مشروع انضمام الجزائر إلى منظمة التجارة العالمية. وعليه يبدو جليا أن المقاول مجموعة من المهام الصعبة و المتعلقة بكل جهات الحياة الاقتصادية و الاجتماعية. هدفنا معرفة سماة المقاولين لدى المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بأخذ عينة من المقاولين الذين ينشطون في ناحية وهران.

كلمات مفتاحية: ملامح المقاول الجزائري، سلوك التسيير، المقاول، المؤسسة الصغيرة والمتوسطة.

Résumé :

Il est difficile de parler de PME dans les sociétés développées sans évoquer l'entrepreneur comme acteur central, et l'entreprenariat comme stratégie au développement et à la survie de l'entreprise. La culture entrepreneuriale commence à connaître son émergence en Algérie afin de faire face à la concurrence que ne manquerait pas d'induire la signature de l'accord d'association avec l'UE et le projet d'adhésion de l'Algérie à l'OMC.

L'entrepreneur apparaît ainsi porteur d'une mission complexe qui lie son action (activité) à diverses facettes de la vie économique et sociale. Notre objectif est de connaître quels sont les traits caractéristiques des entrepreneurs des petites et moyennes entreprises en prenant le cas d'un échantillon d'entrepreneurs activant dans la région oranaise.

Mots-clés : le profil de l'entrepreneur algérien, comportement managérial, entreprenariat, PME.

Introduction :

Il est devenu inconvenant de parler de petites et moyennes entreprises (PME) sans évoquer le rôle fondamental qu'elles jouent dans le développement économique et social. Les PME sont devenues un acteur central de toute économie. Dans le contexte économique actuel, marqué par un double mouvement de mondialisation et de concurrence acharnée à tous les niveaux¹, il est désormais établi que les PME constituent un élément indispensable dans le processus de développement économique.

Les PME dynamisent les régions, créent des richesses et de nombreux emplois. La réussite de ces petites et moyennes structures dépend, en fait, de leur capacité à produire des produits et des services de haute qualité, pour des marchés spéciaux ou de plus en plus conçus « sur mesure ». Leur avantage concurrentiel est basé le plus souvent sur leur souplesse, associée à une organisation réduite, qui leur permet de fournir des services rapides et efficaces. On attribue également leur réussite à des prises de décision rapides, des structures administratives simplifiées et un fonctionnement souple.

La PME a commencé à se développer en Algérie au début des années 1980, par le repositionnement du cadre juridique et administratif de la PME-PMI, et ce, à travers la création d'un nouveau code des investissements et de la loi d'orientation pour la promotion des PME (n°01-18 du 12-12-01). L'orientation en faveur des PME est apparue dans le contexte de la transition vers l'économie de marché, comme une alternative à la relance des investissements et à l'essoufflement du modèle d'industrialisation de base en Algérie attesté par l'effondrement du secteur public.

La PME est ainsi devenue progressivement la référence de base de l'activité économique et les pouvoirs publics lui accordent une attention particulière⁽¹⁾. Désormais, elles sont un facteur déterminant dans la promotion des exportations hors hydrocarbures.

Il est difficile de parler de PME dans les sociétés développées sans évoquer l'entrepreneur comme acteur central, et l'entrepreneuriat² comme stratégie au développement de l'entreprise. La culture entrepreneuriale se diffuse en Algérie grâce notamment à l'ouverture des marchés et la privatisation. L'entrepreneuriat est une activité créatrice d'emplois mais difficile car bon nombre de créations se soldent par un échec.

L'entrepreneur joue un rôle important tout au long des diverses étapes de son projet (démarrage, croissance et reprise/transmission). Il apparaît porteur d'une mission complexe qui lie son action (activité) à diverses facettes de la vie économique et sociale. **Notre objectif est de connaître quels sont les traits caractéristiques des entrepreneurs des petites et moyennes entreprises en Algérie ?**

Pour répondre à cette question, nous avons adopté un protocole quantitatif. Cette étude repose sur un questionnaire ciblant les entrepreneurs des PME privées de la région Ouest de l'Algérie plus précisément la ville d'Oran. Nous appuyons nos réflexions en nous référant au modèle de Bouyacoub (2003). Nous nous focalisons sur l'étape post-engagement du processus entrepreneurial.

Concrètement, les objectifs escomptés de cette enquête sont de :

- Déterminer le profil de l'entrepreneur de la région d'Oran;
- Exposer leurs modes de fonctionnement.
- Identifier les difficultés rencontrées par les entrepreneurs dans la gestion de leurs entreprises;

Nous organisons notre communication en trois parties. La première se consacre à la présentation de notre approche conceptuelle en présentant les concepts de base qui seront utilisés (PME, entrepreneuriat, PME algériennes). La deuxième partie présente le cadre empirique utilisé avec la méthodologie de recherche adoptée et l'exposé des résultats.

Pour mettre en lumière ces dernières sur certains comportements managériaux dans le contexte algérien, la dernière partie synthétise les résultats de l'étude exploratoire.

Section 1: Le cadre conceptuel : PME et entrepreneuriat ; leviers de croissance dans les pays en développement

Sous section 1: La petite et moyenne entreprise (PME)

Le secteur de la PME continue de jouer un rôle primordial dans l'économie algérienne de par la création de richesse, par l'amélioration du PIB et la génération de postes d'emplois aidant à résorber le chômage et ses effets sociaux. Cette vitalité est souvent freinée, en raison des diverses contraintes auxquelles sont confrontées les PME.

Pour la définition des PME, l'Algérie a adopté, en juin 2000, la charte de Bologne qui consacre la définition européenne des PME. Celle-ci est définie (loi d'orientation sur la promotion de la PME n°01-18)³, quel que soit son statut juridique, comme étant une entreprise de production de biens et de services :

- ◆ Employant de 1 à 250 personnes.
 - ◆ Dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 2 Milliards DA.
 - ◆ Ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 500 Millions DA.
 - ◆ Et qui respecte le critère d'indépendance⁴.
- En fonction des critères énumérés, trois types de PME sont à distinguer :

Tableau n°1 : Les types de PME en Algérie

Entreprise \ Critères	Effectifs	Chiffre d'affaires (en DA)	Bilan annuel (en dinars)
Moyenne entreprise	50 à 250	200 Millions à 2 Milliards	100 à 500 Millions
Petite entreprise	10 à 49	Inférieur à 200 Millions	Inférieur à 100 Millions
Très petite entreprise (TPE) ou Micro-entreprise	01 à 09	Inférieur à 20 Millions	Inférieur à 10 Millions

Source: Loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise; décembre 2001.

Grâce à la conjoncture économique favorable (l'envolée des prix des hydrocarbures), l'Etat a pu adopter une politique de grands projets de relance économique et de soutien à la croissance surtout pour la promotion des PME/PMI.

Le nouveau code des investissements adopté en 1993 (Décret législatif du 05/10/1993 relatif à la promotion de l'investissement) a eu un effet dynamogène sur le nombre des PME. Les PME ont connu une nouvelle dynamique grâce aux nouvelles lois d'orientation des PME dont l'objectif est la promotion de l'entrepreneuriat par :

- La baisse significative des taxes, des redevances fiscales et des charges sociales ;
- Un assouplissement des formalités administratives pour les créations d'entreprises.

Plusieurs mécanismes ont été mis en place par l'Etat afin de faciliter la création d'entreprises. De nouveaux instruments financiers ont été mis à la disposition des PME ⁽²⁾ :

- Des fonds de garanties de crédits spécifiques à des filières d'activités innovantes ;
- Des crédits de restructuration : financement à long terme, pour achat d'appareils, d'équipements et d'immobilier, pour le renforcement des structures industrielles ;

- Des crédits pour la stabilité des entreprises, pour améliorer leurs fonctions stratégiques (production, commercialisation, développement technologique) et atténuer les effets impliqués par les réformes structurelles ou les catastrophes naturelles.

Le développement de la PME a connu un essor remarquable favorisé par les politiques publiques incitatives⁵ en matière d'encadrement institutionnel, d'aides publiques, de réglementation et de mise à niveau.

Mais en dépit de leurs atouts, les PME privées présentent aujourd'hui des structures économiques, financières et organisationnelles fragiles laissant suggérer que les efforts de promotion de la PME entrepris par l'État, depuis le début des années 90, n'ont pas abouti à un décollage significatif de ces entreprises en Algérie.

Comment expliquer alors la léthargie des PME algériennes, au-delà des contraintes propres à cette catégorie d'entreprises ?

Nous tenterons, implicitement, par la voie de cette recherche, de répondre à ce questionnement.

Sous section 2: Etat de l'art sur l'esprit d'entreprendre et les caractéristiques de l'entrepreneur

L'apport des entrepreneurs et des petites et moyennes entreprises à l'économie n'est plus à démontrer⁽³⁾. Les entrepreneurs font l'objet d'une recherche très complexe, depuis des décennies. L'esprit d'entreprise comprend ainsi un large éventail de théories et d'approches.

Des auteurs de tous les domaines des sciences sociales - économie, sociologie, anthropologie, psychologie, histoire, politique et plusieurs autres domaines de sciences de l'entreprise- ont proposé des contributions à ce domaine. Ainsi, le champ de l'entrepreneuriat, un domaine de recherche encore en développement, est considéré comme interdisciplinaire et multidisciplinaire⁽⁴⁾.

L'entrepreneuriat est un champ de recherche qui adopte l'un des trois angles d'approche suivants⁽⁵⁾:

- ✓ Le contexte : les conditions ou les effets de l'action entrepreneuriale ;
- ✓ L'acteur : l'entrepreneur ;
- ✓ L'action : le management ou le processus entrepreneurial.

Les principales dimensions qui concerne l'entrepreneuriat et qui sont le plus souvent mises en évidence par les chercheurs et les professionnels sont :

- L'individu : porteur du projet
- Le processus : avec en particulier l'acte de création
- L'objet créé : qui correspond à une création de valeur nouvelle
- L'environnement : qui apporte les ressources, les opportunités mais également contraint l'entrepreneur.

Dans cette recherche, il existe un intérêt particulier à l'approche de l'entrepreneuriat centrée sur l'individu, dans le but de parvenir à identifier le profil de l'entrepreneur algérien.

Schumpeter demeure incontestablement l'auteur qui a su mettre en exergue l'importance et le rôle économique de la sphère monétaire et financière en l'intégrant dans le processus et la problématique de l'analyse économique.

L'auteur attribue à l'entrepreneur des fonctions et missions nobles et le distingue du propriétaire capitaliste dont l'objectif est la maximisation du profit. Par les innovations qu'il apporte et introduit à l'économie, l'entrepreneur crée les conditions de rupture de l'équilibre pour entraîner le changement et donc le développement.

Le financement de l'économie et des activités des PME en général, ne tiendrait qu'au dynamisme et à la force d'anticipation des entrepreneurs, d'une part et à la volonté des banques à financer les projets de ces derniers, d'autre part⁽⁶⁾.

Divers travaux ont tenté par la suite, d'appréhender l'entrepreneur, de comprendre et de prédire l'esprit d'entreprise et de l'analyser. Les premiers chercheurs à se pencher sur la question, se sont

intéressés aux traits de personnalité. Ces derniers, qui sont communs aux entrepreneurs, pourraient expliquer leurs actions.

Les chercheurs ont aussi fait ressortir l'importance du comportement entrepreneurial d'un individu. L'environnement même peut prédisposer à l'entrepreneuriat ou freiner le développement de son potentiel.

Les chercheurs qui se sont penchés sur *l'entrepreneur* se sont principalement intéressés à ses caractéristiques psychologiques et démographiques ou environnementales, ses compétences, son comportement et ses intentions ⁽⁷⁾.

A. L'approche psychologique :

Cette approche s'est largement développée après les années 60 par un courant appelé « *trait approach* » (l'approche par les traits). Elle repose sur une analyse détaillée de la personnalité de l'entrepreneur, comme ensemble de traits qui préside l'action. Ces traits de caractère et cette personnalité propre distinguent les entrepreneurs des autres individus. On peut ainsi prédire un comportement donné chez un individu par l'existence chez lui d'un ensemble de traits de personnalité et autres caractéristiques psychologiques.

Le besoin de réalisation (McClelland, 1961; Begley et Boyd, 1987; Bellu, 1988; Beverland et Lockshin, 2001), la motivation⁶, le besoin d'indépendance et d'autonomie, le contrôle interne, le besoin de puissance ou d'accomplissement ⁽⁸⁾, la proportion à la prise de risque, la tolérance à l'ambiguïté, une haute confiance en soi ou la créativité, constituent les traits le plus fréquemment attribués à l'entrepreneur (Mc Clelland 1961, Hornaday et Aboud, 1971, Brokhaus et Horowitz 1986 ; Belgey et Boyd 1987; Low et MacMillan, 1988; Fillion, 1997a; Baronet, 1996).

Les détracteurs de l'approche des traits ont soulevées des critiques nombreuses et virulentes. Ils soulignent que plusieurs individus possédant des traits de personnalité identiques à ceux de l'entrepreneur type n'ont pas choisi la voie entrepreneuriale. Bien que l'approche des traits était permettait d'expliquer le choix de carrière de ceux ayant décidé de créer leur affaire, elle échouerait lorsqu'il s'agit de prédire avec précision les choix à venir ⁽⁹⁾.

De ce fait, la littérature suggère qu'on ne peut pas réellement établir de lien de causalité entre l'un ou l'autre des traits de personnalité évoqués concernant l'entrepreneuriat ou la performance entrepreneuriale (Ginsberg et Buchholtz, 1989; Stevenson et Jarillo, 1990; Shaver, 1995). Elle montre l'existence d'une multitude de combinaisons de traits de personnalité qui rend illusoire toute tentative visant à dresser le profil de la personnalité entrepreneuriale (Woo et al, 1988; Low et MacMillan, 1988; Bull et Willard, 1993).

Il existe des facteurs autres que les caractéristiques psychologiques qui font qu'un individu puisse avoir l'esprit d'entreprendre ou devenir entrepreneur.

B. L'approche environnementale :

L'approche environnementale postule que le milieu dans lequel une personne grandit et évolue, est susceptible d'influencer sa carrière. L'environnement avec qui la personne est en perpétuelle interaction, joue un rôle moteur dynamisant ainsi l'action entrepreneuriale par l'influence d'un parent en affaire (Scherer, Adams, Carley, Wiebe 1989), une expérience de travail pertinente, etc. La décision de créer une entreprise peut être engendrée par des événements positifs (identification d'une opportunité d'affaire) ou négatifs (perte d'emploi) de la vie d'une personne.

Cependant, l'approche environnementale n'explique pas pourquoi des individus œuvrant dans des environnements similaires, n'auront pas la même carrière entrepreneuriale.

C. L'approche démographique :

L'approche démographique s'intéresse à l'étude des caractéristiques personnelles des entrepreneurs : milieu familial, niveau d'éducation, expérience professionnelle, l'âge⁷, etc.

Gasse (2003) présente un modèle des influences principales sur l'entrepreneuriat. Selon cet auteur, les déterminants sociaux de l'entrepreneuriat (tels que la famille, la religion, l'éducation, le milieu scolaire,

les réseaux de communication, etc.) ont une influence majeure sur la décision de création d'une entreprise. Sans oublier, la culture entrepreneuriale qui diffère d'une société à une autre.

De nombreux chercheurs ont souligné l'importance de l'influence culturelle sur les comportements économiques (Tsika, 1990 ; Kombou et Saporta, 2000). Torrès (2000) montre que l'entrepreneuriat est un phénomène mondial qui revêt des formes différentes à travers les pays ⁽¹⁰⁾.

D. L'approche basée sur les compétences :

Les travaux de cette école de pensée tournent autour de l'idée de l'identification des habilités et compétences qu'un individu doit posséder pour pouvoir créer sa propre entreprise ⁽¹¹⁾. Ce courant indique que l'on peut mieux prédire la performance des entrepreneurs par les compétences plutôt que par les traits de personnalité.

Peu de recherches se sont déployées sur cet axe, certes. Mais les travaux de Gartner (1985) ont permis une nouvelle vision du phénomène entrepreneurial plus précisément en analysant les faits.

E. L'approche behavioriste ou « approche par les faits »:

Cette approche s'attache à comprendre le phénomène de l'entrepreneuriat en analysant les actes de l'entrepreneur (Stevenson et Gumpert 1985, Hernandez 1994 ; Bruyat et Julien 2000)

L'attention du chercheur est tournée vers le processus menant à la création d'une entreprise.

Malgré ses mérites, l'approche par les faits reste incapable de prédire l'occurrence du phénomène de « création d'entreprise » ainsi que l'identité de l'entrepreneur.

F. L'approche des intentions entrepreneuriales :

Les soubassements théoriques de cette école ont été empruntés à la théorie des comportements planifiés d'Ajzen (1991). Audet (2001) montre que l'étude des intentions d'un individu pourrait permettre de prédire s'il créera ou non son entreprise. Ainsi, tout comportement qui nécessite une certaine planification (ici, la création d'entreprise), peut être prédit par l'intention d'avoir ce comportement. Les facteurs formant l'intention sont l'attrait et la faisabilité. Cette approche ne valide pas le lien entre les intentions et le passage à l'action.

Les approches et les théories ont largement contribué à une évolution progressive du champ de l'entrepreneuriat. Cependant, quelque chose reste immuable:

La création d'une entreprise est la résultante de plusieurs facteurs causaux. Chaque approche, prise isolément, ne peut pas tout expliquer. C'est dans ce sens que se dirigent les récentes recherches d'où le nouveau courant de pensée : l'approche de « l'entrepreneur naissant ».

Cette approche analyse la période de gestation du projet d'entreprise, depuis l'idée du projet jusqu'à l'accomplissement de ce projet ⁽¹²⁾.

Barringer et Gresock (2008), proposent ainsi un modèle conceptuel pour guider les étudiants et les entrepreneurs à travers le processus de pré-lancement de l'enquête et de planification.

Bien qu'il existe de nombreux facteurs qui contribuent en définitive à l'échec d'une nouvelle entreprise ou de son succès, l'un des plus importants est la planification ⁽¹³⁾. Il ya deux possibilités distinctes pour la planification. La première occasion a lieu avant que l'entreprise est lancée, et, idéalement, culmine avec la préparation d'un plan d'affaires officiel. La deuxième opportunité a lieu après que l'entreprise est lancée, et comprend souvent des aspects stratégiques, tactiques et fonctionnels de la planification.

Plusieurs entrepreneurs et étudiants font l'erreur de l'identification d'une idée d'entreprise et puis d'aller directement à la rédaction d'un plan d'affaires pour décrire et tenter d'obtenir un soutien pour l'idée. Cette séquence omet souvent ou fournit peu de temps pour les étapes importantes de la critique. Il faut ainsi examiner le bien-fondé de l'idée avant que le plan d'affaires est écrit.

Raposo, do Paco et Ferreira (2008), visent, à travers leur recherche, à identifier le profil de l'étudiant-entrepreneur potentiel dans ce qui concerne les qualités personnelles et les motivations pour la création d'entreprises. L'identification des caractéristiques des entrepreneurs et des problèmes qu'ils

rencontrent, permet de développer des programmes d'éducation s'adressant à la formation à l'entrepreneuriat et le démarrage du processus.

A propos de *l'entrepreneur algérien*, peu de travaux de recherche portent sur les entrepreneurs algériens dans le contexte de l'économie algérienne. Les travaux de Bourdieu portant plus généralement sur le travail et les travailleurs (1964), la thèse de Liabès (1984), le travail de Peneff (1981) et la publication de Henni (1984), sont des travaux déjà anciens portant (implicitement ou explicitement) sur cet objet de recherche. Plus récemment, des chercheurs de l'équipe du CREAD⁸ ont dans les années 1990 mené des recherches sur les entrepreneurs algériens en milieu rural et urbain⁽¹⁴⁾. Tribou (1995) étudie l'influence de l'islam sur l'esprit entrepreneurial. L'analyse de la philosophie islamique à travers des textes sacrés combinée à des entretiens qualitatifs montre qu'il n'existe pas d'antinomie entre le dogme musulman et l'esprit d'entreprise. Plus les nouveaux travaux, citons ceux de Tounés et Assala (2007) qui étudient l'influence de la culture sur les comportements managériaux grâce au modèle d'Hofstede.

Rappelons que l'objectif de ce travail est de dresser le profil de l'entrepreneur algérien. La méthodologie de recherche adoptée est présentée dans ce qui suit.

Section 2: Méthodologie adoptée lors de l'enquête

Afin de montrer le rôle de l'entrepreneur algérien au sein des PME, il conviendra de mieux cerner :

D'abord, le profil de l'entrepreneur (à son âge, expériences managériales, antécédents familiaux, les motifs de création).

Ensuite, l'esprit d'entreprise et de la gestion des risques (l'apprentissage du métier, sa mission, son degré d'innovation et ses relations externe : banque, l'administration fiscal et le reste du monde).

A travers un questionnaire destiné aux entrepreneurs de la région d'Oran, nous avons ciblé un échantillon de 22 PME privées. Le questionnaire a été construit sur la base d'une grille d'entretiens avec les dirigeants des PME privées faite dans le cadre d'une recherche menée par le CREAD⁽¹⁵⁾.

Les objectifs escomptés de cette enquête sont de :

- 1- Déterminer le profil de l'entrepreneur de la région d'Oran;
- 2- Identifier les difficultés rencontrées par les entrepreneurs dans la gestion de leurs entreprises;
- 3- Exposer leurs modes de fonctionnement.

Les PME privées interrogées ont été sondées d'après leur taille. L'agrégat physique matérialisant cet élément est l'effectif employé.

Nous présentons ci-après les principaux résultats de notre recherche.

Section 3: Présentation des résultats

Sous section 1: Identification de l'entreprise questionnée

Les entrepreneurs Algériens opèrent dans tous les secteurs d'activités mais avec des degrés différents. On remarque la prédominance du secteur des services avec près de (60%), des questionnés.

Tableau n°2 : L'échantillon interrogé par secteur d'activité

Le secteur d'activité	Nombre	%
BTPH	4	18,2
Industrie	5	22,7
Service	13	59,1
Total	22	100

Source: élaboré par les auteurs

Le secteur des services et désormais majoritaire dans notre économie. Il représente 45,98% des établissements en Algérie⁽¹⁶⁾.

Nous constatons de nos jours que les domaines qui accusent le plus de créations d'entreprises de services sont : le conseil en système informatique, la réalisation de logiciels, la restauration rapide, les sociétés de sécurité (gardiennage, transports de fonds, etc.), la formation des adultes et la formation continue, la communication et la publicité.

Tableau n°3 : L'échantillon interrogé par année de création

La date de création	Nombre	%
Avant 1990	1	4,5
1991- 2000	6	27,3
2001-2009	15	68,2
Total	22	100%

Source: élaboré par les auteurs

L'examen des dates de création démontrent la création des PME privées s'est accélérée depuis 1990. Ceci s'explique par le mouvement de libéralisation de l'économie et d'encouragement de l'investissement à travers la création de trois agences qui activent comme solutions aux problèmes de relance de l'investissement et aux problèmes de l'emploi: ANDI, ANSEJ et ADS.

Tableau n°4: Le statut juridique

Statut juridique	Nombre	%
SARL	12	54,6
SPA	2	9,00
EURL	4	18,2
Personne physique	4	18,2
Total	22	100

Source: élaboré par les auteurs

Plus que la moitié (54,6%) des entrepreneurs interrogés ont créé des PME sous forme de SARL, une forme adéquate au caractère familial que revêt bon nombre de PME encore en Algérie, vient en seconde position la EURL qui est une forme juridique relativement récente dans le paysage juridique algérien, et les personnes physiques, représentant chacune (18,2%). Par contre, le statut de SPA est un peu moins répandu et ne représente que : 9% des PME privées interrogées.

Comme il faut signaler, aussi, que les statistiques avancées par le Ministère de la Petite et Moyenne Entreprise et de l'Artisanat en Algérie (2008), montrent que 73% des entreprises identifiées sont créées sous forme d'une entreprise individuelle. La SARL vient en deuxième position avec 12%. Les autres formes intervenant pour 5% en moyenne chacune.

La répartition des PME interrogés par taille montre que 72% d'entre-elles fonctionnent avec un effectif de moins de 20 personnes et que 50% ont disposent de moins de 5 salariés.

Tableau n°5 : L'échantillon interrogé par taille

Type d'entreprise	Nombre	%
Moyenne entreprise	5	22,7
Petite entreprise	6	27,3
Micro entreprise	11	50
Total	22	100

Source: élaboré par les auteurs

Sous section 2: Les caractéristique de l'entrepreneur

On remarque la présence des femmes dans le domaine entrepreneurial et cela avec (13,6%). Sa participation reste cependant faible en Algérie par rapport au pays proche (le Maroc et la Tunisie).

Un recensement global effectué fin 2008 par le ministère de la PME et de l'artisanat (2008) a montré l'existence de pas moins de 392.013 PME privées. Ce chiffre ne révèle en revanche pas clairement le nombre exact femmes entrepreneurs. Nous soulignons que le taux de féminité est concentré dans le secteur « professions libérales » avec 41% du nombre de projets financés par le dispositif ANSEJ.

Tableau n°6 : Le sexe du répondant

Genre	Nombre	%
Homme	19	86,4
Femme	3	13,6
Total	22	100

Source: élaboré par les auteurs

Dif (2009) présente une approche genre de l'entrepreneuriat féminin en retenant le nombre de dossiers déposés comme premier indicateur à la participation féminine. Les résultats concernent deux dispositifs de création d'entreprise en Algérie.

Tableau n°7 : La participation du genre féminin

Genre	Dispositifs ANSEJ 2000-2007		Dispositifs CNAC 2004-2007	
	Nombre de dossiers déposés	%	Nombre de dossiers déposés	%
Hommes	6372	79,33	1252	86,88
Femmes	1660	20,67	189	13,12
Total	8032	100	1441	100

Source: Dif A.(2009), L'approche genre dans l'entrepreneuriat féminin en Algérie. Mémoire de magister, Université d'Oran.

Nous relevons encore du tableau ci-dessus, le faible taux de création d'entreprises chez les femmes algériennes. Parmi les nombreuses raisons qui peuvent expliquer cette situation, citons le choix de l'activité, le manque d'information, la discrimination subjective, le manque de réseaux ou les difficultés de concilier les obligations familiales et professionnelles. La faiblesse d'une culture entrepreneuriale auprès du genre féminin peut être la source de ce constat.

Tableau n°8 : L'âge du répondant

Age	Nombre	%
Moins de 25 ans	1	4,5
25ans -30ans	4	18,2
30 ans- 40 ans	8	36,4
Plus de 40 ans	9	40,9
Total	22	100

Source: élaboré par les auteurs

Des gens de tout âge se lancent en affaire, mais en Algérie, plus des deux tiers de ces personnes s'y lancent au-delà de 30 ans au moment du démarrage (77,3%).

Cette tranche d'âge est la plus présente dans notre enquête. Cela est dû à l'existence d'organismes d'aides à la promotion de l'investissement mis à la disposition à cette frange de la population par l'Etat.

Dans le cas des personnes moins de 25 ans, il s'agit le plus souvent de la reprise d'une affaire lancée par les parents auparavant.

Tableau n°9 : Les motifs de création d'entreprise

Les motifs	Nombre	%
L'indépendance	8	36,4
L'argent	3	13,6
La réalisation d'un projet	11	50
Le chômage	0	0
Total	22	100

Source: élaboré par les auteurs

La création d'une entreprise apparaît comme un acte permettant de se consacrer à une passion pour la majorité des entrepreneurs interrogés (50%). Ce type d'entrepreneur a tendance à rester fermement attaché à son entreprise quels que soient les problèmes rencontrés parce qu'elle représente toute sa vie.

(36,4%) des cas étudiés ont d'abord été salariés dans des entreprises avant de s'installer à leur propre compte. Il s'agit d'individus qui n'étaient pas pleinement satisfaits de leur emploi ou victime d'une injustice professionnelle. Ils décident de créer leur propre entreprise pour assouvir un besoin d'autonomie. La stratégie courante est de créer la même activité que son ancien patron pour pouvoir bénéficier de son carnet d'adresse.

Pour (13,6%) des entrepreneurs, la raison du choix du métier est de gagner de l'argent c'est-à-dire que l'entrepreneur n'a pas le choix entre une activité salariale et la création d'entreprise. Il cherche un métier pour pouvoir gagner de l'argent.

Sous section 3: Le mode de fonctionnement de l'entreprise

Tableau n°10 : L'apprentissage du métier de dirigeant

L'apprentissage du métier de dirigeant	Nombre	%
A partir de l'expérience passée	7	31,8
Au fur à mesure des problèmes	12	54,6
Recours à des conseillers	3	13,6
Total	22	100

Source: élaboré par les auteurs

Plus que la moitié des entrepreneurs (54,6%) interrogés ont appris à traiter les problèmes de la gestion au fur et à mesure qu'ils y sont confrontés c'est-à-dire que l'apprentissage est orienté par le flux des problèmes pratiques qui surgissent dans le fonctionnement quotidien de l'entreprise.

Un tiers des répondants (31,8%) ont une expérience professionnelle. Ils affirment que lorsqu'ils ont entamé leur parcours dans les affaires, ils se sont engagé avec un ensemble de convictions et de mode de comportement qui influencent leur façon d'affronter les problèmes rencontrés dans l'exercice de leurs fonctions.

La minorité (13,6%) des entrepreneurs ont fait recours à des conseillers pour régler leurs problèmes.

A propos du rôle et des missions de l'entrepreneur, la majorité (77,3%) des entrepreneurs considèrent que leur premier devoir c'est de s'assurer que toutes les fonctions nécessaires à la survie et au développement de l'entreprise sont assurées et coordonnées. Cet impératif unique et commun peut être réalisé de mille manières en allant d'un extrême, ou c'est le chef d'entreprise qui fait tout lui-même, à l'extrême opposé où il ne fait que s'assurer que le système et les hommes qu'il a mis en place garantissent la survie et le développement de l'entreprise.

Nous remarquons que la réalisation des tâches varie en fonction de la taille de l'entreprise : Dans la micro entreprise, le chef d'entreprise réalise lui-même beaucoup de tâches : les choix stratégiques, la finance, l'innovation et parfois la direction et/ou la direction commerciale. Dans la moyenne entreprise, l'entrepreneur délègue, décentralise et structure l'organisation afin de conserver que quelques tâches, ou une partie des tâches.

Sous section 4: Les caractéristiques de l'entrepreneuriat

A. L'innovation au sein de l'entreprise :

Les entrepreneurs interrogés déclarent que leur difficulté à s'engager dans des activités innovantes est due à des obstacles liés aux coûts (le manque de ressources financières), et aux manques de compétences techniques.

Les entrepreneurs innoveront moins, c'est qu'ils s'engagent moins souvent dans des activités innovantes. Ceux qui y parviennent soutiennent un effort d'innovation comparable à celui des entreprises de plus grande taille, avec un rendement presque similaire.

Ceci signifie que les entrepreneurs ne pourront pas développer une gestion efficace de l'innovation. Il faut reconnaître que le défi de l'innovation peut être relevé par des activités extrêmement diverses, allant de la simple gestion d'un restaurant au lancement d'une nanotechnologie impliquant un capital risque de plusieurs millions de dinars.

B. La prise de risques :

Dans les théories économiques, l'entrepreneur est généralement présenté comme un agent preneur de risques. Or, les entrepreneurs que nous avons interrogés n'ont pas une mentalité de joueur⁹.

Bien au contraire ils visent tous à éliminer sinon à réduire les risques. En d'autres termes, l'entrepreneur est beaucoup plus prudent face au risque. Sauf que les entrepreneurs oublient que la création d'entreprise en soi constitue un gros risque.

Sous section 5: Les relations externes

A. Le financement de l'activité :

Les entrepreneurs affirment que la participation bancaire à leur financement reste faible. Par ailleurs, le mode de gestion et les responsabilités financières de la PME se trouvent confrontés à des situations qui peuvent entraîner sa disparition ; et pour cause le rationnement des crédits accentué par un système bancaire « frileux » (Menna, 2003).

B. L'entrepreneur et le système fiscal :

Tous les entrepreneurs interrogés perçoivent le droit fiscal comme une contrainte à l'évolution de leurs activités. Cette situation est imputable au fait que les entrepreneurs, doivent respecter des dispositions nombreuses, complexes et qui évoluent en permanence. Il en résulte que les entrepreneurs vivent en situation de risque fiscal, mais l'influence de la fiscalité sur la vie des entrepreneurs ne se réduit pas à l'existence de ce risque fiscal. La réalité est plus complexe dans la mesure où le droit fiscal n'exige nullement que les entrepreneurs des PME se soumettent passivement à une fiscalité qui serait en tous points impérative.

Différentes mesures ont été adoptées ces dernières années pour alléger la charge fiscale en faveur des PME Algériennes notamment :

- ♦ La baisse du taux de l'impôt sur les bénéfices des sociétés passant de 38% à 30% ;
- ♦ La baisse du barème progressif de l'IRG ;
- ♦ La baisse des impôts sur les salaires (VF) passant de 4% à 3% ;
- ♦ La détermination de la TAP à 2% au lieu de 2,55% ;
- ♦ Le réaménagement des taux de la TVA (7%).

Les entrepreneurs sont contraints de chercher différents moyens de fraude fiscale. On pourra citer entre autres la non-facturation des ventes pour minimiser le chiffre d'affaires et avoir à supporter moins d'imposition, le gonflement des charges de manière à réduire le montant de leurs bénéfices ainsi que la non-déclaration des effectifs employés.

Cependant, s'il n'y avait pas d'impôt, il n'y aurait pas certes de fraudes. Cela ne veut pas dire pour autant qu'il faille supprimer catégoriquement l'impôt : la fiscalité doit évoluer en parallèle avec la situation conjoncturelle, afin de ne pas être un obstacle au développement économique.

C. La relation entre les entrepreneurs et le développement des exportations :

Plus que la moitié des entrepreneurs dans tous les secteurs d'activités entretiennent des relations professionnelles avec des étrangers. Ces relations se limitent à l'importation des produits (matières premières, produits semi-finis et produits finis) et du matériel manufacturé.

Nous constatons, malgré la souplesse des PME, qu'il n'en reste pas moins qu'elles souffrent d'handicaps structurels qui tiennent à leur taille, en particulier lorsqu'il s'agit de l'exportation.

Conclusion :

L'objectif de ce travail est de cerner les caractéristiques de l'entrepreneuriat en Algérie. Implicitement, nous cherchions à connaître les facteurs communs à la population des entrepreneurs algériens, en prenant un échantillon aléatoire d'entrepreneurs activant dans la région oranaise (dans l'Ouest du pays).

Même si l'acte entrepreneurial ne peut être prédit à travers les caractéristiques personnelles comme les traits de personnalité et les motivations des entrepreneurs, ils permettent néanmoins de mieux comprendre pourquoi un individu entreprend.

La synthèse des résultats de l'enquête montre les éléments suivants :

Les entrepreneurs questionnés opèrent dans tous les secteurs d'activités. Nous relevons la présence massive du secteur des services.

L'examen des dates de création démontrent que la création des PME privées s'est accélérée depuis 1990 notamment grâce aux mesures prises par l'Etat pour favoriser cette catégorie d'entreprises et dynamiser l'emploi. La répartition des PME interrogées par taille montre la prédominance des micro-entreprises. Celle-ci est souvent caractéristique des populations de PME et n'est pas une particularité du tissu de PME algérien.

Nous relevons la faiblesse de valeurs culturelles fortes telles que la féminité et l'absence de vision entrepreneuriale. La présence de femmes dans le domaine entrepreneurial reste faible comparée aux autres pays du Maghreb. Cette situation semble en voie de changer selon les dernières statistiques du ministère en charge des PME.

Les motifs de création d'entreprises sont divers. Pour la majorité des questionnés, c'est la réalisation d'un projet qui prédomine l'acte entrepreneurial. Ce projet représente pour l'entrepreneur, un rêve, toute une vie. La recherche d'indépendance ou d'autonomie est tout aussi importante.

Le métier de dirigeant s'apprend le plus souvent au fur et à mesure des problèmes et de difficultés rencontrées. L'apprentissage se fait sur le tas. Les entrepreneurs n'ayant que peu ou pas de

culture managériale, ignorent l'existence d'outils de gestion leur épargnant des problèmes basiques. Leurs comportements managériaux restent tournés vers la survie essentiellement.

Une tranche non négligeable d'entrepreneurs se base, dans leurs décisions mais aussi dans la gestion courante de leur entreprise, sur les expériences passées. Ils se sont engagés dans le projet d'entreprise avec un ensemble de convictions et de modes de comportement dictant leurs façons d'affronter les problèmes.

Peu d'entrepreneurs algériens recourent à des conseillers pour régler les problèmes rencontrés dans l'exercice de leurs fonctions. Ceci peut être expliqué par deux facteurs. Tout d'abord, le nombre insuffisants de cabinets conseils en management, orientés plus précisément ce type d'entreprises et leurs besoins spécifiques. Ensuite, à cause de la mentalité de l'entrepreneur-dirigeant qui privilégie la solution de ses problèmes par ses propres moyens, besoin d'autonomie exige.

La majorité des entrepreneurs considère que leur premier devoir c'est de s'assurer que toutes les fonctions nécessaires à la survie et au développement de l'entreprise soient remplies et coordonnées de façon adéquate.

A propos de l'innovation, les entrepreneurs interrogés affirment la difficulté de s'engager dans cette voie, pour des raisons financières essentiellement (les coûts) mais aussi par manque de compétences techniques. Si les entrepreneurs innoveraient moins, c'est parce qu'ils s'engagent souvent moins dans des activités innovantes. La majorité des entrepreneurs investie donc dans des activités qui marchent, ayant prouvé qu'elles sont génératrices de profits.

Les entrepreneurs interrogés tentent d'éliminer sinon de réduire les risques. Ils sont prudents. A propos du financement des activités, la participation bancaire reste faible. Le principal problème dans la relation entre les entrepreneurs et les banques réside dans leur accès au crédit bancaire. Il englobe différents volets :

- Le coût du crédit est élevé, les garanties demandées sont excessives et les délais de traitement des dossiers sont trop longs ;
- La méconnaissance des sources de financement et de la notion de prise de risque ;
- L'inadaptation des mécanismes bancaires avec les nouvelles règles du marché ouvert.

L'un des points fondamentaux que nous mettons aussi en relief est que les relations banquiers/entrepreneurs répondent à une nécessité. Ces deux partenaires sont interdépendants et leur redressement passe par l'amélioration de leurs relations. Les banquiers considèrent que leurs relations avec les entrepreneurs privées sont porteuses d'un risque important, dû au fait que les banques estiment que les informations communiquées par cette catégorie de clientèle ne sont pas fiables. Par contre, ils préfèrent signer avec les PME publiques, car l'entreprise publique- de par son statut- appartient à l'Etat solvable.

A propos du système fiscal, tous les entrepreneurs interrogés concordent à dire que le droit fiscal est une contrainte à l'évolution de leurs activités, malgré les différentes mesures adoptées ces dernières années pour alléger la charge fiscale en faveur des PME Algériennes. Nos résultats concordent avec ceux de Tounès et Assala (2007) concernant les perceptions négatives de l'environnement institutionnel. Celles-ci « réduisent les tendances des entrepreneurs à rechercher la croissance, voire à manquer de vision entrepreneuriale »⁽¹⁷⁾.

La contribution du secteur des PME Algériennes au commerce d'exportation est substantielle, en dépit du fait que seule une minorité de PME participe à des activités d'exportation. Il y a lieu de se demander si l'Etat a fait des efforts suffisants pour encourager davantage d'entrepreneurs à participer aux activités d'exportation.

En résumé, beaucoup de difficultés restent à surmonter par les entrepreneurs algériens que ce soit dans la création ou la réalisation de leur projet ou dans le développement de leur entreprise. L'Etat devrait élaborer de nouvelles politiques s'adressant à cette catégorie d'entreprise, des politiques plus adéquates, répondants au mieux à leurs préoccupations et leurs besoins de croissance et de pérennité.

Des formations au management et à l'entrepreneuriat devraient renforcer le système d'éducation et d'enseignement afin de développer la culture entrepreneuriale chez les entrepreneurs potentiels notamment les étudiants.

Dans toute recherche, les résultats des études présentent des limites à cause du manque de moyens humains et matériels lors du renseignement des questionnaires, et de la contrainte de temps. C'est pour cette raison, et dans le cadre de notre étude nous avons souhaité apprécier la taille de l'entreprise à travers un agrégat quantitatif (l'effectif).

Les futures recherches devraient utiliser d'autres critères de classification et élargir l'échantillon des entrepreneurs, afin d'avoir une vision meilleure, de leurs situations, des problèmes qu'ils rencontrent et les difficultés inhérentes à leurs activités.

L'entrepreneuriat et plus généralement, les PME, sont un acteur majeur dans toute économie, permettant l'animation des espaces, l'absorption du chômage et le développement d'une diversité dans l'exportation. Les entrepreneurs algériens méritent plus de recherches et d'investigations.

- 1) Au niveau des sources d'approvisionnement, des canaux de distribution, des marchés, etc.
- 2) « Le terme entrepreneuriat et à l'origine un terme anglais entrepreneurship. Il a été traduit en français de différentes manières : entrepreneuriat ou entrepreneuriat par les québécois, entrepreneurisme par Ettinger, et entreprenance par M. Le Seach dans sa traduction de l'ouvrage de Hisrich et Peters "Entrepreneurship" » (Bryat, 1993).
- 3) La loi n°1-18 du 12/12/2001 comprend la politique d'aide de l'Etat aux PME ; fixe les mesures de facilitation administratives ; prévoit la création d'un fond de garantie des prêts accordés par les banques en faveur des PME et la mise en place d'un comité national de la promotion de la sous-traitance.
- 4) Une entreprise indépendante est celle dont le capital ou les droits de vote ne sont pas détenus à 25% (La loi n°01-18 du 12 décembre 2001 portant loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise).
- 5) Tels que le programme de mise à niveau des PME/PMI MEDA I et II, le dispositif de modernisation de l'outil industriel avec l'assistance du PNUD/ONUDI, la création de diverses institutions d'accompagnement et de fonds spéciaux (d'appuis à l'investissement, de promotion de la compétitivité industrielle, de partenariat, de garantie de crédits aux PME), etc.
- 6) La logique inhérente à l'approche motivationnelle est que le choix, le temps et l'énergie consacrés à des tâches et les fonctions dépendent du degré de motivation de l'individu, quand il exécute diverses tâches.
- 7) L'âge de l'entrepreneur semble être inversement lié à l'innovation et la croissance (Raposo, do Paco et Ferreira, 2008).
- 8) Centre de Recherche en Economie Appliquée au Développement.
- 9) Expression empruntée à Bouchiki et Kimberly (1994).