



Caractéristiques et motivations des créateurs d'entreprises innovantes dans les TIC en Algérie : Etude exploratoire

Characteristics and motivations of creators of innovative ICT companies in Algeria: Exploratory study

¹Driouche, Sofiane driouchesofian@gmail.com

²Guendouzi, Brahim brahguen@yahoo.fr

¹ Université Mouloud Mammeri, Tizi-Ouzou

² Université Mouloud Mammeri, Tizi-Ouzou

Received: 03/09/2018

Accepted: 14/12/2019

Published: 30/06/2020

Resumé

La création d'entreprises innovantes suscite un intérêt grandissant de par le monde en raison des multiples bénéfices que cela apporte à une économie. En nous focalisant sur les entrepreneurs qui créent ce type particulier d'entreprises, plus particulièrement dans le domaine des TIC, pour ce qui est du cas de l'Algérie, nous nous sommes demandé quels sont leurs caractéristiques sociodémographiques, et quels sont les principales raisons qui les poussent à créer leur entreprise. Notre étude nous a montré comme dans la littérature, que les entrepreneurs innovants dans le domaine des TIC sont majoritairement des hommes, ils ont un niveau d'étude élevé, et ont eu une expérience professionnelle précédente. Par contre, nos résultats ne concordent pas avec la littérature sur les aspects relatifs à l'âge (ils sont légèrement plus âgés que ceux de notre recherche) et la durée de l'expérience professionnelle (ils ont une expérience plus longue que ceux de notre étude). Pour ce qui est des motivations elles sont en très grande partie des motivations de type « pull ».

Mots clés

Entrepreneuriat;
Innovation;
TIC;
Start-up;
Entrepreneurs
TIC.

Codes de Classification JEL: A10 ; D01 ; M13 ; O30

Abstract

The creation of innovative companies is attracting increasing interest worldwide because of the many benefits it brings to an economy. By focusing on the entrepreneurs who create this particular type of business, especially in the ICT field, in the case of Algeria, we asked ourselves what are their socio-demographic characteristics, and what are the main reasons that pushes them to start their own business. Our study has shown us, as in the literature, that innovative entrepreneurs in the ICT field are mostly men, they have a high level of education, and have had previous work experience. On the other hand, our results do not agree with the literature on the age aspects (they are slightly older than our research) and the duration of the professional experience (they have longer experience than those of our study). As for motivations, they are largely motivations of the "pull" type.

Keywords

entrepreneurship;
Innovation ;
ICT ;
Start-up ;
ICT
entrepreneurship

JEL Classification Codes : A10 ; D01 ; M13 ; O30

I- INTRODUCTION:

La création d'entreprises revêt une grande importance, vu sa contribution sur les plans économique et social à travers la création de richesses et d'emplois. Cet intérêt se reflète par les multiples dispositifs d'aide et d'accompagnement à la création d'entreprises, la mise en place de formations destinées à faire découvrir et inciter à entreprendre dans un premier temps et permettre d'acquérir les connaissances nécessaires pour se lancer et réussir à assurer la pérennité de son entreprise. Sur le plan académique un nombre considérable de recherches ont été menées dans ce domaine durant ces dernières années.

La globalisation des échanges et l'interpénétration des marchés, l'accélération du rythme des innovations qui réduit la durée de vie des produits ou services, font que l'intérêt est de plus en plus porté sur l'innovation en général et sur la création d'entreprises innovantes en particulier. D'autant plus que celles-ci constituent un nouveau relai de croissance dans de nombreuses économies. Les chercheurs ont eux aussi suivi cette tendance et sont de plus en plus nombreux à étudier ce type d'entrepreneuriat et ce dans toutes ses dimensions (Siegle 2006).¹

L'acteur principal de la création d'entreprise est l'entrepreneur, cependant pour ce qui est de l'entrepreneuriat innovant, dans les industries de haute technologie ou dans les TIC,² rares sont les travaux qui traitent des entrepreneurs (Robert et al, 2010). Pour Robert et al ³ cela s'explique par quatre éléments : 1) La difficulté à définir le secteur et identifier les entreprises et, donc, les entrepreneurs qui le composent, « dans les classifications officielles, les activités dans les TIC sont largement dispersées en sous-sections d'autres secteurs. »⁴, en plus de cela ces activités évoluent, se combinent, de nouvelles se créent, ce qui rend la tâche ardue de déterminer est ce qu'une entreprise fait partie ou pas de ce secteur ; 2) il peut exister de grandes différences entre les entreprises high tech, ce qui rend délicat de les regrouper au sein d'un groupe homogène ; 3) la difficulté d'accès à ce type d'information dans certains pays et une divergence des classifications retenues rend les résultats des études et les informations disponibles hétérogènes ce qui a comme conséquence de compliquer la comparaison entre pays ; 4) généralement le corpus littéraire significatif marque un certain temps de retard à émerger par rapport à l'apparition de l'objet de recherche.

Problématique et importance de l'étude

En Algérie de plus en plus d'individus s'intéressent à se lancer dans la création d'entreprises innovantes dans le secteur des TIC et autres secteurs technologiques. De plus ces dernières années, les dispositifs d'aide, les structures d'accompagnement et les initiatives qui visent à aider et encourager cette forme d'entrepreneuriat commencent à émerger et à se multiplier : création d'incubateurs publics (incubateurs de l'ANPT, du CDTA, de l'ANVREDET), incubateurs privés (comme ceux créés par les opérateurs de téléphonie mobile), l'organisation de conférences, d'événements et de compétitions qui visent à sensibiliser à cette forme d'entrepreneuriat.

Cela nous amène à nous poser la question suivante : **Qui sont les individus qui créent ce type d'entreprises en Algérie ?**

Nous avons subdivisé cette question en les sous questions suivantes : Quels sont leurs caractéristiques, leurs motivations ? Partagent-ils les mêmes caractéristiques et motivations que les entrepreneurs technologiques d'autres pays ?

Objectif de l'étude

L'objectif de notre étude est d'explorer les différentes caractéristiques des entrepreneurs créateurs d'entreprises innovantes dans le secteur des TIC en Algérie

Hypothèses

H1 Les créateurs d'entreprises innovantes sont en grande majorité des hommes, ayant entre la trentaine et la quarantaine, qui ont un très haut niveau d'étude, et quelques années d'expérience

H2 Les créateurs d'entreprises innovantes ont des motivations de type pull

Du fait des difficultés liées à la définition que nous avons mentionné, et l'inexistence d'une base de données sur ce type d'entreprises, le travail de recherche sur l'entrepreneuriat innovant ou technologique pose le problème en ces termes : comment sélectionner les entreprises à étudier ?

Pour lever ce problème, des chercheurs ont fait appel à des méthodes et critères de sélection : Barthe et al ⁵ ont sélectionné les entreprises dont les fondateurs ont réussi à convaincre des organismes de soutien à l'innovation du caractère « innovant » de leur projet, d'autres auteurs sélectionnent les entreprises présentes au sein d'un incubateur ou pépinière d'entreprises innovantes ou technologiques.

Pour ce qui est de notre cas et pour répondre à notre problématique nous avons mené une étude par questionnaire adressé aux fondateurs d'entreprises technologiques ou proposant des produits ou services basés sur l'utilisation des technologies innovantes, comme les TIC, que nous avons sélectionnées à travers nos recherches sur internet.

Plan de l'étude

Dans cet article nous allons d'abord nous intéresser au concept de jeune entreprise innovante (communément appelées start-up), que nous allons définir. Dans une deuxième section nous parlerons des entrepreneurs innovants, à travers leurs caractéristiques et leurs motivations que présente la littérature sur le sujet. Dans la troisième section nous présenteront la méthodologie que nous avons adopté dans notre recherche et nous finiront par présenter les résultats de notre recherche et leur discussion.

II- CADRE THEORIQUE ET ETUDES ANTERIEURES:

1 Les jeunes entreprises innovantes

Donner une définition aux jeunes entreprises innovantes n'est pas facile, plusieurs approches existent dans la littérature (Ayerbe et Bernasconi, 2009, p10) et il n'existe pas de consensus sur l'une des définitions. Cela est dû au fait que plusieurs réalités coexistent au sein de ce terme. En

effet, de multiples formes d'innovation existent dans les services et les modèles économiques ⁷: de la simple amélioration apportée à un produit jusqu'aux entreprises technologiques.

Nous retenons dans notre recherche la définition proposée par Ayerbe et Bernasconi ⁸ qui définissent les jeunes entreprises innovantes comme « des entreprises basées sur la Technologie », une définition qui selon ces auteurs regroupe un large éventail de situations qui vont simplement des entreprises de services utilisant de manière importante * la technologie, jusqu'aux entreprises proposant un nouveau produit technologique. Cette définition est intéressante de notre point de vue du fait que le point commun entre les entreprises qu'elle regroupe est l'utilisation de la technologie qui est « au cœur du projet de création de l'entreprise innovante » ¹⁰ peut importe qu'elle soit simple ou complexe (utilisation d'une technologie existante pour proposer un produit ou service innovant, ou développement d'une nouvelle technologie), ce qui rend ce regroupement homogène en excluant les autres innovations non technologiques.

2 Types d'activités des jeunes entreprises innovantes

Dans le secteur des TIC qui est difficile à définir et à délimiter, ¹¹ selon la définition retenue par Robert et al ¹² et qui est, selon ces auteurs, similaire à celle qui est majoritairement utilisée dans les publications les plus récentes en France, le secteur TIC se décompose en trois branches principales : la haute technologie industrielle, les services TIC (services informatiques/logiciels et télécommunications, conseils en système informatique, R-D non universitaire) et les autres services à forte intensité de connaissances (études techniques, analyses, tests et inspections). Sont exclus de cette définition le secteur public des télécommunications, les industries aéronautiques et spatiales, ainsi que les industries pharmaceutiques, toutes ces activités ont une partie TIC et une partie non TIC

3 Les créateurs d'entreprises innovantes : leur profil sociodémographique et leurs motivations

A. Typologie des entrepreneurs technologiques

Robert et al (2010) distinguent quatre groupes d'entrepreneurs dans les TIC

Les cadres d'expérience : Ce groupe se caractérise par un niveau élevé de formation et une forte expérience acquise dans des entreprises de taille moyenne ou grande dans des postes de managers.

Les jeunes diplômés : Ce groupe englobe les jeunes étudiants ou chômeurs sans aucune expérience professionnelle précédente, avec un haut niveau de formation notamment dans les TIC.

Les prévoyants : Ce sont des entrepreneurs qui ont une bonne expérience du secteur, se sont bien formés à l'entrepreneuriat avant la création de leur entreprise et demandent fortement des conseils.

* Pour nous le simple fait d'introduire une technologie, les TIC par exemple, dans la réalisation d'un produit ou d'un service est suffisant pour qualifier une entreprise d'innovante, car le terme « d'une manière importante » n'est pas précis

Les risque-tout : Ils ont un niveau de formation plus faible, ont travaillé dans des entreprises de petite taille dans des secteurs différents de celui des TIC et ils sont peu préparés à la création d'entreprise.

B. Le profil sociodémographique des entrepreneurs technologiques

Plusieurs travaux se sont intéressés à déterminer quels sont les caractéristiques des entrepreneurs technologiques du point de vue du genre, de l'âge, du niveau d'étude et de l'expérience.

Genre : plus de 80% des entrepreneurs technologiques sont des hommes (Ayadi et al 2005), leur pourcentage dans les TIC est de 82,7% selon Robert et al (2010).

Age : ces entrepreneurs sont relativement jeunes (Danjou et Dubois-Grivon, 1999 ; Blais et Toulouse, 1992), la majorité d'entre eux ont la trentaine, la quarantaine tout au plus : de trente à quarante ans pour Ayadi et al.(2005) et de trente cinq ans à quarante quatre ans selon Borges, Filion et Simard (2006). En moyenne, l'âge est de 34 ans selon une étude menée par Haddad (2013) auprès d'entreprises innovantes en Tunisie, selon Robert et al (2010) 70 % des entrepreneurs TIC sont dans une tranche d'âge de 30 à 49 ans, contre 3,6 % seulement pour les moins de 25 ans et 10,9 %.pour les plus de 50 ans.

Niveau d'étude : Plusieurs études confirment que les entrepreneurs innovateurs ont un niveau d'étude plus élevé comparativement aux entrepreneurs créateurs d'entreprises classiques (Bernasconi, 2000). En effet, selon Borges et al (2006) la proportion des entrepreneurs ayant un baccalauréat et plus est de 67% chez les entrepreneurs technologiques contre seulement 39% chez les autres entrepreneurs, 26% des entrepreneurs technologiques sont titulaires d'une maîtrise ou d'un doctorat, contre seulement 9% pour les autres entrepreneurs. Dans une étude exploratoire effectuée sur 22 entreprises innovantes par Danjou et Dubois-Grivon (1999), 95% des entrepreneurs ont un niveau égal ou supérieur à BAC+5, et 50% sont des docteurs ou docteurs ingénieurs. Ayadi et al (2005) ont constaté que 50 % des porteurs de projets qui ont participé au concours national de création d'entreprises de technologies innovantes en France en 2005 étaient des doctorants et 34% des ingénieurs. Pour Robert et al (2010) ce constat relatif au secteur des TIC dans son ensemble est marqué par une divergence dans les sous secteurs qui le composent, en effet, dans le sous secteur de la haute technologie industrielle, les entrepreneurs possédant un BAC+3 et plus, représentent seulement 19%, ils sont deux fois plus nombreux dans les deux autres sous secteurs (services informatiques et télécommunications, services à fortes connaissances)

Un facteur essentiel également dans ce registre est le fait de suivre des formations à l'entrepreneuriat. En effet selon Kourilsky (1995) l'enseignement de l'entrepreneuriat a une influence sur le choix d'une carrière entrepreneuriale.

Expérience : L'expérience professionnelle est de deux types (Robert et al, 2010) : l'expérience diverse acquise dans un secteur autre que celui où la création est réalisée et l'expérience spécifique au sein du même secteur que celui de la création. Généralement les entrepreneurs technologiques créent leur entreprise après une expérience dans des secteurs proches du secteur d'activité dans lequel ils créent leur entreprise, (Tsfaye, 1997 et Fayolle, 1999), ou dans le même secteur (Robert

et al, 2010). Cette expérience est d'une durée de trois à dix ans pour un tiers des entrepreneurs et supérieure à dix ans pour deux tiers d'entre eux (Robert et al, 2010), elle est en moyenne de seize ans dans le monde du travail en général, dont neuf ans en moyenne dans le secteur d'activité de l'entreprise créée (Borges et al. 2006).

Cela leur apporte des compétences et une bonne connaissance des marchés, des technologies ou de l'industrie (Gasse, 2002), et améliore leur capacité à identifier des opportunités d'affaire (Lee et Wong, 2004) étant donné que cette dernière selon Shane (2000) nécessite la connaissance d'informations techniques qui rend l'identification d'opportunités non accessibles à tous, autrement dit, les entrepreneurs découvrent les opportunités liées aux informations qui sont déjà à leur disposition. Pour Marvel et al (2007), la connaissance de la technologie est un atout crucial de l'innovation ajouté à la formation offre à l'entrepreneur technologique un avantage unique. L'expérience professionnelle précédente permet aussi à l'entrepreneur d'avoir un réseau relationnel qui lui est très utile lors du processus de création de son entreprise (Fayolle, 1994). De son côté Wright (2007) note une corrélation positive entre le capital humain et la réussite de l'entrepreneuriat technologique.

Ces entrepreneurs ont également une expérience précédente dans un poste de direction d'une durée moyenne de huit ans (Borges et al, 2006). Selon Robert et al (2010) ils sont 68% à avoir eu une expérience en management, cela n'empêche que sur ce point certains auteurs ont souligné que les entrepreneurs technologiques manquent de compétences en management de l'entreprise en général, et plus particulièrement en ce qui concerne le marketing, du fait que leur préoccupation première porte sur les performances techniques de leur produit (Borges et al., 2006 ; Albert, 2000 ; Gartner, Starr et Bhat, 1999 ; Jones-Evans, 1997).

Expérience dans l'entrepreneuriat :

Pour Borges et al (2006) 54,5% des entrepreneurs technologiques ont eu une expérience précédente dans la création d'entreprise, alors que pour Robert et al (2010) leur pourcentage est de 25%.

C. Leurs motivations

Plusieurs motivations peuvent pousser un individu à créer une entreprise. Souvent il s'agit d'une combinaison de ces motivations qui influencent la décision d'entreprendre (Kirkwood, Campbell-Hunt, 2007), en effet cette dernière est rarement la résultante d'une seule d'entre elles (A. Shapero, 1975 ; R. Bhola et al., 2006 ; J. Kirkwood, 2009).

Deux grandes catégories de motivations sont à distinguer : les motivations des entrepreneurs en général, et les motivations spécifiques aux entrepreneurs technologiques.

C.1) Les motivations des entrepreneurs en général

Pour ce qui est des motivations des entrepreneurs en général il existe deux types (Shapero, 1975 ; Watkins, 1976 ; Johnson et Darnell, 1976 ; Vesper, 1980 ; Gilad et Levine, 1986), les motivations push et les motivations pull.

Les motivations de type « pull » sont des facteurs « positifs » selon lesquels l'individu crée son entreprise en étant principalement motivé par la recherche d'une source de profit, matérielle ou non (Uhlener et Thurik, 2007), parmi ces facteurs on trouve : le besoin d'indépendance, d'accomplissement personnel, le désir de richesse, la volonté de relever un défi, la recherche de pouvoir, les opportunités (Bellanca, Colot, 2014).

Quant aux motivations « push » ce sont des expériences « négatives » qui pousse l'individu à créer une entreprise, tel que le licenciement, exigence familiale, impossibilité de trouver un emploi, divorce ou encore insatisfaction au travail (Bellanca, Colot, 2014).

Dans une classification similaire Reynolds et al (2001), parlent d'« entrepreneurs d'opportunité » et d'« entrepreneurs de nécessité ». La plupart des recherches (Vivarelli, 2004 ; Shinnar, Young, 2008) montrent que les créateurs d'entreprises sont motivés principalement par des motivations « pull ».

Besoin d'accomplissement : Selon McClelland (1969), auteur de la théorie du besoin d'accomplissement, les entrepreneurs ressentent un besoin élevé d'accomplissement. Ce qui motive l'entrepreneur c'est son propre accomplissement et sa réalisation personnelle à travers une forte volonté d'établir ses propres objectifs et de les atteindre par son effort (McClelland, 1969), et aussi à travers la réalisation d'une nouvelle idée, prouver à lui même qu'il peut atteindre le succès, ainsi que mieux mettre à profit ses talents, et enfin continuer d'apprendre et se développer (Eltaief A, 2001).

Besoin d'indépendance : L'une des raisons pour lesquelles les entrepreneurs créent leur entreprise c'est pour être leur propre patron et avoir une autonomie dans leur travail (Collins, Moore et Unwalla, 1955).

Evasion : Les entrepreneurs créent leur entreprise également pour échapper à des conditions de travail insatisfaisantes (Shapero 1975).

D'autres motivations à la création d'entreprise ont été citées dans la littérature :

- La recherche de la richesse ;
- Le gout du pouvoir ;
- La poursuite d'une opportunité ;
- Besoin de reconnaissance ;
- Créer de l'emploi, contribuer au développement économique.

Dans une étude réalisée en Belgique par Giacomini et al (2006) les principales motivations à la création d'entreprise sont : le désir d'être autonome, de créer son propre emploi, de ne plus avoir de patron et d'augmenter ses revenus. De son côté Kirkwood (2009) dans une étude menée en Nouvelle-Zélande, identifie quatre principales motivations : le besoin d'indépendance, le désir de richesse, les problèmes liés à l'emploi et les facteurs familiaux.

C.2) Les motivations spécifiques aux entrepreneurs innovateurs

En plus des motivations qu'ils ont en commun avec les entrepreneurs de manière générale, les entrepreneurs innovateurs ont des motivations qui leur sont propres.

Apporter une nouveauté : Park (2005) parle du désir de réaliser une innovation. Colombo et Delmastro (2002) mettent en avant la conviction d'introduire quelque chose de nouveau.

Passion pour le développement des technologies : Vesper (1980), Blais et Toulouse (1992), pour leur part, notent que les individus passionnés par le développement des technologies sont plus enclins à créer des entreprises technologiques.

De même, Bruno, McQuarrie et Torgrimpon, (1992), dans leur étude menée auprès de deux cent cinquante nouvelles entreprises technologiques du nord de la Californie, ont dressé la loyauté envers un produit ou une technologie comme une motivation particulière des entrepreneurs innovateurs.

III- METHODE ET PROCEDURES:

Nous avons mené une étude par questionnaire auprès des fondateurs d'entreprises innovantes. Les entreprises que nous avons retenues sont celles qui correspondent à notre définition c'est-à-dire celles qui se sont créées en apportant une innovation technologique ou dont la prestation de service utilise des technologies nouvelles (comme les TIC par exemple). Il s'agit principalement d'entreprises qui utilisent les TIC (plateforme web ou application) pour la prestation de services (e-learning, e-commerce, plateformes et applications de mise en relation entre professionnels et particuliers, ou entre professionnels et professionnels). Nous les avons interrogés sur leur profil (âge, genre, niveau d'étude, domaine d'étude, expérience professionnelle sa durée et le domaine d'activité), ainsi que leurs motivations à entreprendre (voire annexe).

L'impossibilité d'avoir une liste exhaustive des start-up du fait de la difficulté à définir le secteur et identifier les entreprises qui le composent (Robert et al, 2010), aussi le fait qu'il n'existe aucun statut de « jeune entreprises innovantes » comme c'est le cas par exemple en France, nous a poussé à entreprendre un effort de recherche et de sélection d'entreprises qui correspondent à notre définition. La difficulté de trouver l'information a fait que nous avons trouvé moins d'une centaine d'entreprises (41) à travers la recherche sur internet.

Nous avons reçus 24 réponses à notre questionnaire. Les entreprises de notre échantillon se caractérisent par :

- Leur création récente : 66% des entreprises ont moins de 2 ans,
- Le fait d'être issues du secteur des TIC, en proposant des produits ou des services nouveaux basés sur les TIC : plateformes web, applications mobiles, sites e-commerce, plateformes de e-learning, plateformes de mise en relation entre professionnels et particuliers, entre freelance et entreprises utilisatrices ...etc.

IV- RÉSULTATS DE L'ÉTUDE (ANALYSE ET DISCUSSION)

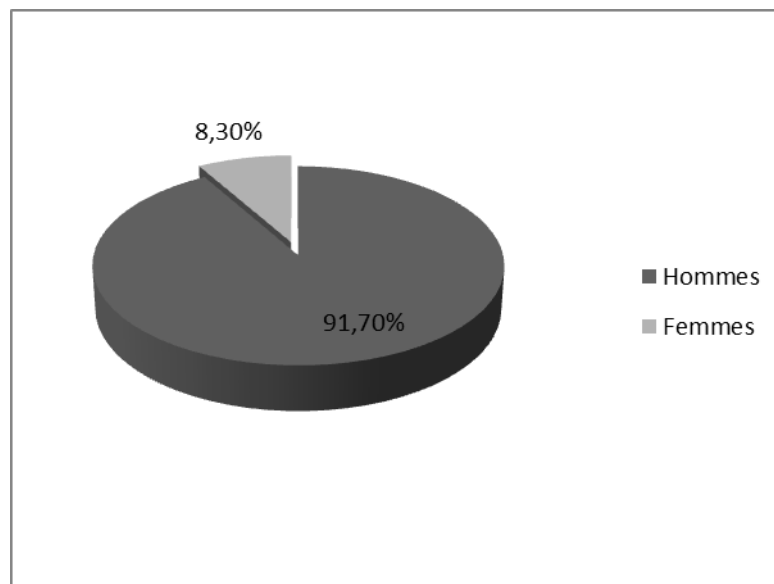
1. Présentation des résultats

A. caractéristiques des fondateurs de start-up

Genre

Les créateurs de start-up innovantes dans le secteur des TIC de notre échantillon sont majoritairement des hommes (91,7%)

Figure n°1 : genre des créateurs d'entreprises innovantes dans les TIC

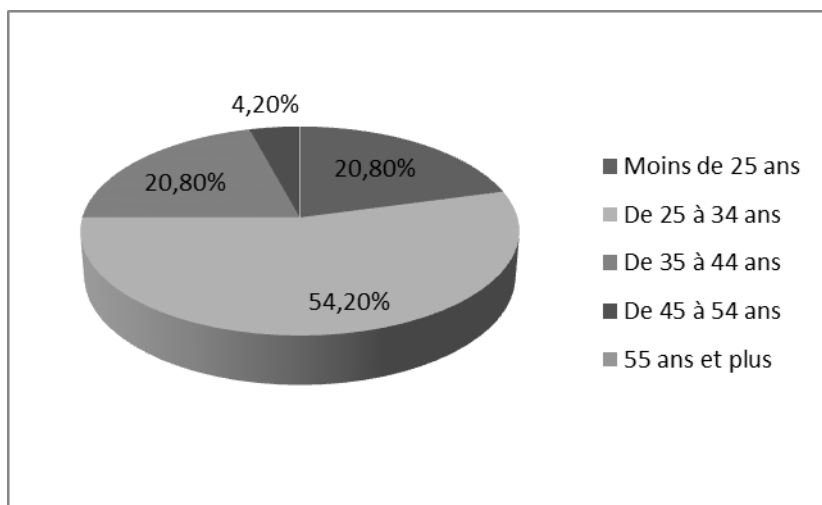


Source : réalisé par nous même

Age

Ils sont jeunes : la majorité (54%) à entre 25 et 34 ans et 75% d'entre eux ont moins de 35 ans

Figure n°2 : âge des créateurs d'entreprises innovantes dans les TIC

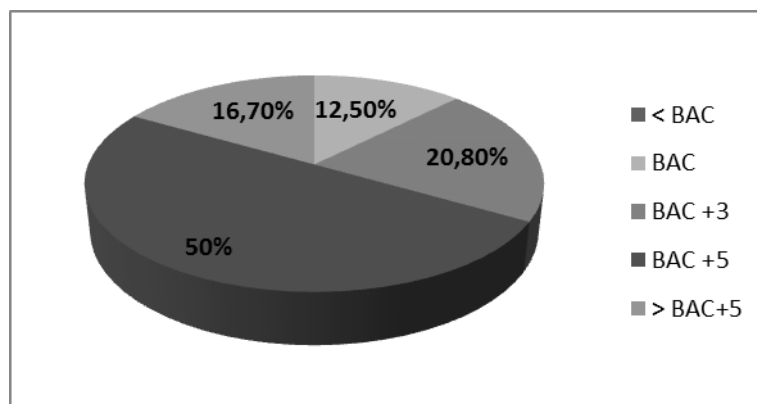


Source : réalisé par nous même

Niveau d'étude

La majorité d'entre eux a un niveau master (50%) et 66.70% ont bac+5 et plus

Figure n°3 : niveau d'étude des créateurs d'entreprises innovantes dans les TIC

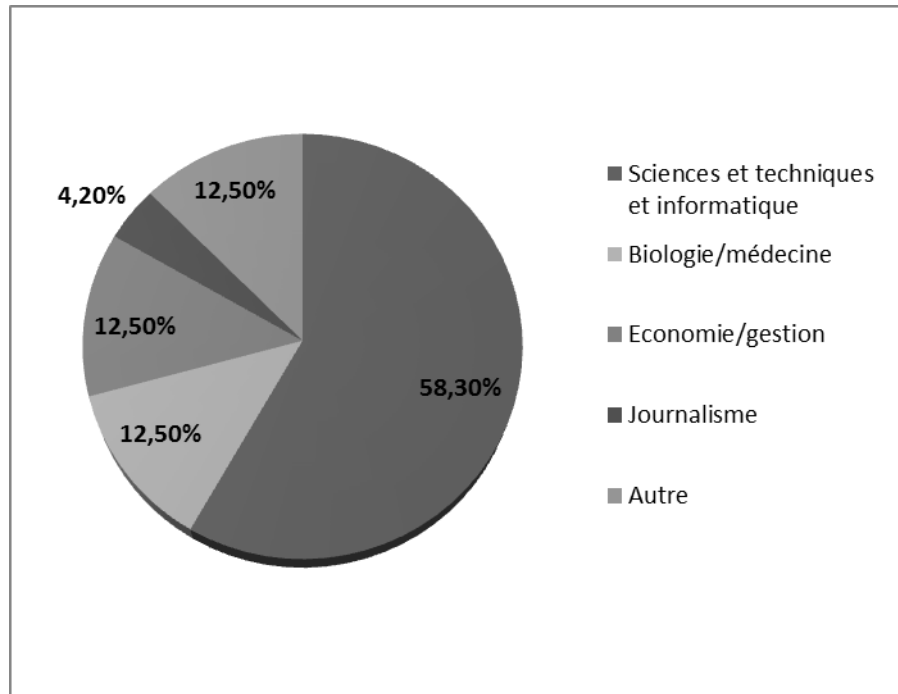


Source : réalisé par nous même

Domaine d'étude

58% d'entre eux a étudié dans le domaine des sciences et technique et informatique

Figure n°4 : domaine d'étude des créateurs d'entreprises innovantes dans les TIC



Source : réalisé par nous même

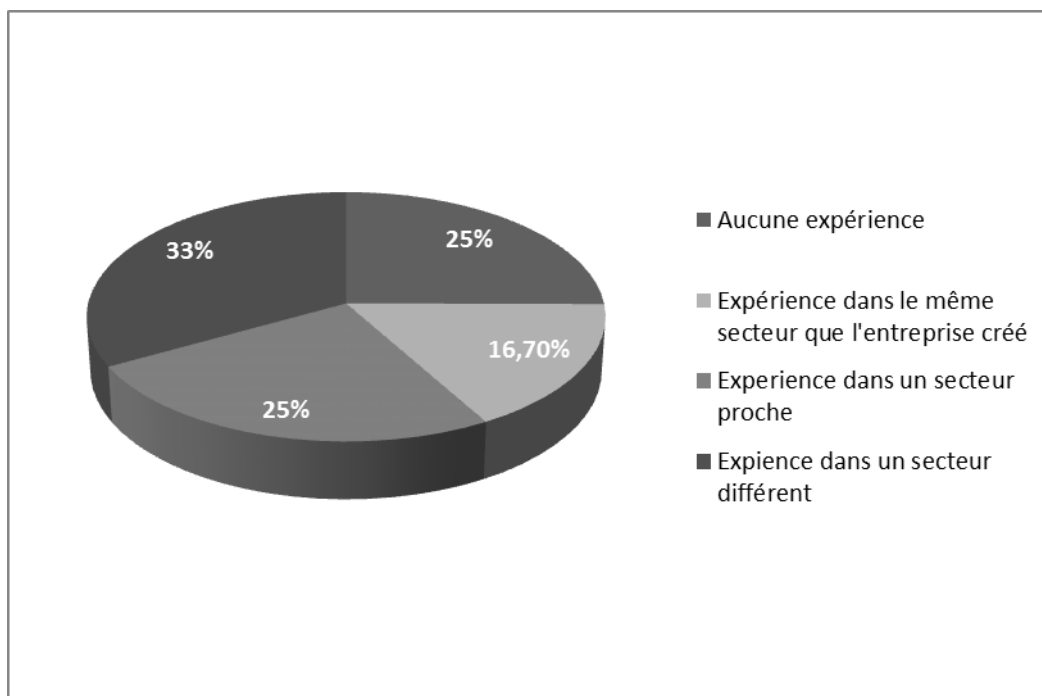
Avoir suivi ou non une formation à l'entrepreneuriat

La plus grande partie (58,3%) n'ont pas suivi de formation à l'entrepreneuriat.

Expérience professionnelle

Un tiers (33%) d'entre eux a une expérience dans un secteur d'activité complètement différent de celui de l'entreprise créé, 25% ont eu une expérience professionnelle dans un secteur proche, et 25% dans le même secteur.

Figure n°5 : expérience professionnelle des créateurs d'entreprises innovantes dans les TIC



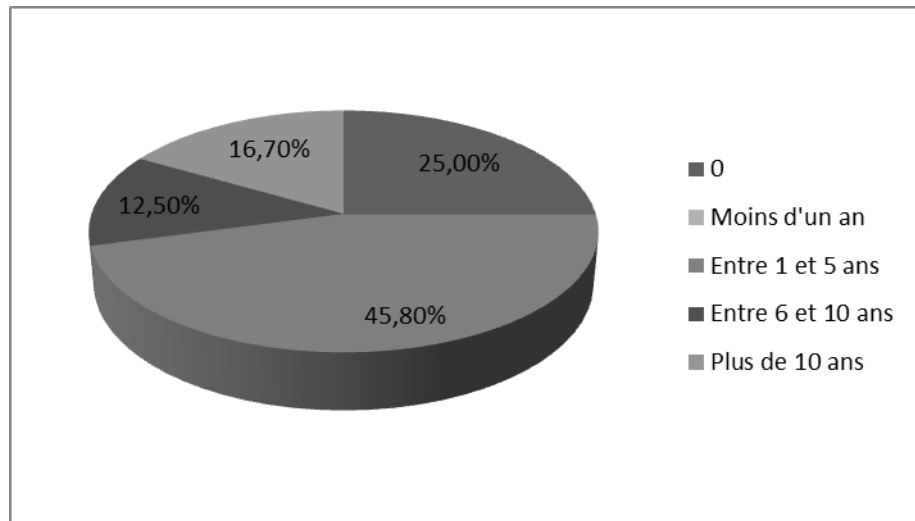
Source : réalisé par nous même

Nombre d'années d'expériences

Le pourcentage le plus élevé d'entre eux (45,8%) a une expérience professionnelle d'une durée comprise entre 1 et 5 ans, 16,7% ont une expérience de plus de 10 ans, et 12,5% d'entre eux ont eu une expérience professionnelle comprise entre 6 et 10 ans.

Un quart d'entre eux (25%) n'ont eu aucune expérience professionnelle avant de créer leur entreprise.

Figure n°6 : nombre d'années d'expérience des créateurs d'entreprises innovantes dans les TIC

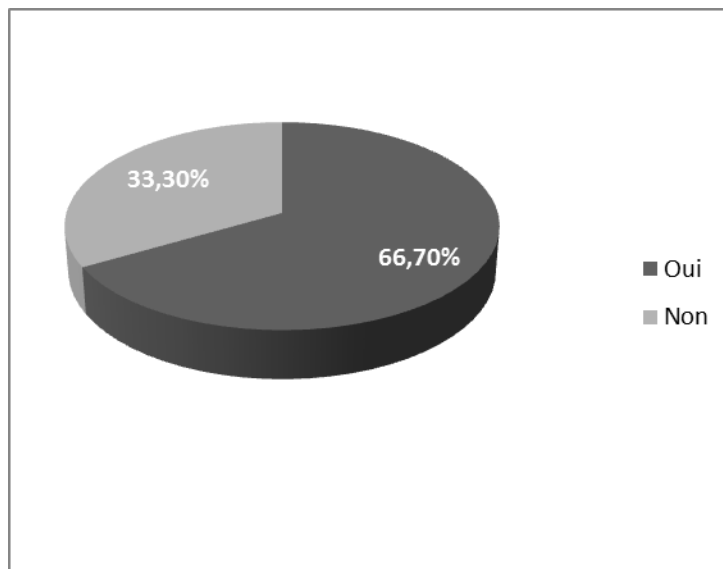


Source : réalisé par nous même

Expérience entrepreneuriale précédente

66% d'entre eux ont créé une entreprise auparavant, contre 33% qui sont à la première expérience entrepreneuriale

Figure n°7 : existence d'une expérience entrepreneuriale précédente

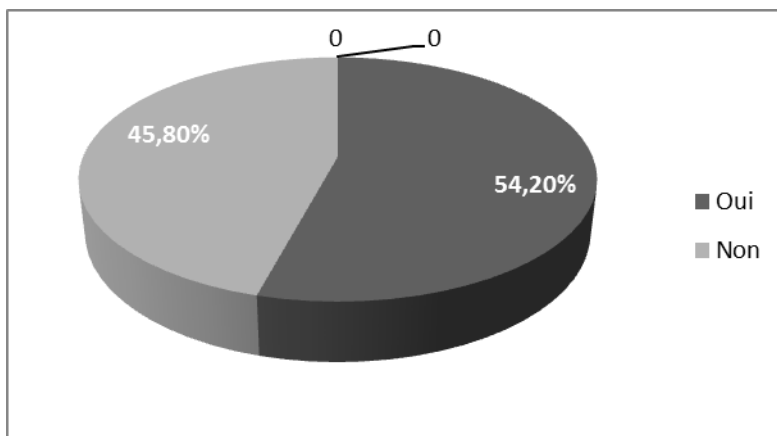


Source : réalisé par nous même

Avoir bénéficié d'un accompagnement

Le pourcentage de ceux qui ont bénéficié d'un accompagnement à la création d'entreprise est légèrement (54,2%) supérieur à ceux qui n'en ont pas bénéficié (45,8%)

Figure n°8 : avoir bénéficié ou non d'un accompagnement



Source : réalisé par nous même

B. Les motivations à la création d'entreprises innovantes

Figure n°9 : motivations des créateurs d'entreprises innovantes dans les TIC



Source : réalisé par nous même

Les principales raisons qui ont motivés ces créateurs d'entreprises innovantes sont respectivement : l'envie de rendre réelles des idées (83,3%), contribuer au développement économique et social du pays (83,3%), le goût du challenge (79,2%), la passion pour les nouvelles technologies (79,2%), l'identification d'une opportunité (62,5%), apporter des solutions à des besoins (62,5%), recherche de l'indépendance professionnelle (54,2%), espérance de gains financiers (41,7%), satisfaction psychologique d'être son propre patron (33,3%), l'envie de diriger (25%), les « succès stories » (20,8%), le besoin de reconnaissance (16,7%). Les autres motivations sont : sortir d'une situation de chômage (8,3%), et envie de revanche (8,3%).

2. Discussion des résultats

Selon les résultats de notre recherche, les créateurs de start-up en Algérie se caractérisent par le fait qu'ils sont majoritairement des hommes ce qui correspond à ce que nous avons trouvé dans la littérature selon lesquels plus de 80% des entrepreneurs technologiques sont des hommes, ils ont moins de 35 ans pour une grande majorité d'entre eux (les $\frac{3}{4}$) et la tranche d'âge la plus représentée est celle des 25-34 ans, alors que dans la littérature ils sont plutôt majoritaires dans la tranche 30-40 ans ou 35-45 ans.

Les résultats de notre étude exploratoire montrent que les créateurs d'entreprises innovantes en Algérie ont un niveau d'étude élevé (les $\frac{2}{3}$ ont bac+5 et plus) ceci est en cohérence avec les résultats des études que nous avons trouvés dans la littérature, selon lesquelles un pourcentage élevé des entrepreneurs technologiques ont un haut niveau d'étude. Ils ont suivi pour la majorité d'entre eux des études spécialisées en informatique, sciences et techniques.

Pour ce qui est de l'expérience professionnelle nos résultats montrent que les individus qui lancent des entreprises innovantes, ont pour la grande majorité d'entre eux (les $\frac{3}{4}$) eu au préalable une expérience professionnelle, seulement 25% ont créé leur entreprise sans avoir au préalable travaillé comme salarié. Parmi ceux qui ont été salarié avant de créer leur entreprise, la majorité (61%) a eu une expérience d'une durée relativement courte (entre 1 et 5 ans), alors que dans les études que nous avons trouvées dans la revue de littérature, la majorité a une expérience d'une durée relativement longue (plus de 10 ans), dans notre étude 22% seulement ont eu une expérience de plus de 10 ans dans le monde du travail. Nous pouvons expliquer cela par le fait que selon notre étude la plupart des créateurs d'entreprises innovantes ont créé leurs entreprises très jeunes, beaucoup plus jeunes que ceux des autres études. Cette expérience a été acquise généralement dans un secteur complètement différent de celui de l'entreprise créée, alors que la littérature montre que c'est plutôt dans le même secteur ou dans un secteur proche.

Ces entrepreneurs ont également, pour la plupart d'entre eux une expérience précédente dans la création d'entreprise. Sur ce point il y a une divergence dans la littérature, il y a des résultats qui sont en faveur de l'existence d'une expérience entrepreneuriale préalable, et pour d'autres les entrepreneurs technologiques sont pour la plupart à leur première expérience de création d'entreprise.

Pour ce qui est des motivations à la création de leur entreprise, les principales d'entre elles étant : l'envie de rendre réelles des idées, contribuer au développement économique et social du pays, le goût du challenge, la passion pour les nouvelles technologies, l'identification d'une opportunité, nous en déduisons que les créateurs d'entreprises innovantes dans les TIC en Algérie ont des motivations de type pull. De plus les motivations de type push : sortir d'une situation de chômage et envie de revanche n'ont recueillis qu'un faible pourcentage (8,3%). Ces entrepreneurs sont donc des entrepreneurs d'opportunité et non de nécessité.

Aussi, du point de vue de la distinction entre motivations des entrepreneurs en général et les motivations spécifiques aux entrepreneurs technologiques, ces dernières (apporter des nouveautés, passion pour les nouvelles technologies) se trouvent parmi les principales motivations de ce genre d'entrepreneurs.

V- CONCLUSION:

Malgré un certain nombre de difficultés et d'obstacles, les jeunes entreprises innovantes commencent à émerger en Algérie et l'écosystème connaît un certain nombre de progrès dans certains domaines, comme la création de quelques incubateurs, la mise en place d'actions de sensibilisation et de formation à l'entrepreneuriat, la lancement de concours de business plan permettant d'instaurer une certaine culture entrepreneuriale, l'existence de porteurs de projets, jeunes, dynamiques, compétents et motivés. Cependant de nombreuses contraintes font que le nombre de nouvelles entreprises innovantes qui se créé, est encore faible

Cette recherche nous a permis d'explorer un certain nombre de caractéristiques des entrepreneurs innovateurs dans le domaine des TIC en Algérie : âge, genre, niveau et domaine d'étude, durée et domaine de l'expérience professionnelle, l'existence d'une expérience professionnelle précédente, ainsi que leur principales motivation à la création de leur entreprise.

Comme dans la littérature, nos résultats montrent que les entrepreneurs innovant dans le domaine des TIC sont majoritairement des hommes, ils ont un niveau d'étude élevé, et ont eu une expérience professionnelle précédente. Par contre, nos résultats ne concordent pas avec la littérature sur les aspects relatifs à l'âge (ils sont légèrement plus âgés que ceux de notre recherche) et la durée de l'expérience professionnelle (ils ont une expérience plus longue que ceux de notre étude) ainsi que le domaine de l'expérience professionnelle précédente (dans la littérature ils ont plutôt travaillés dans un secteur proche ou similaire au secteur dans lequel ils ont créé leur entreprise, alors que nos résultats montrent que c'est plutôt équilibré avec un léger avantage pour l'expérience dans un secteur différent).

Cependant notre recherche comporte des limites. L'impossibilité d'avoir une liste exhaustive des start-up du fait qu'il n'existe aucun statut de « jeune entreprises innovantes » comme c'est le cas par exemple en France, et également l'inexistence d'une définition universellement reconnue pour ce type d'entreprises, ce qui nous a poussé à entreprendre un effort de recherche et de sélection d'entreprises qui correspondent à notre définition. La difficulté de trouver l'information a fait que nous avons trouvé moins d'une centaine d'entreprises à travers la recherche sur internet. Donc notre objectif n'était pas de généraliser nos résultats, mais pour avoir un aperçu sur la réalité de ce genre d'entreprise en Algérie. D'autres études sur un plus grand nombre d'entreprises permettront d'affiner les résultats.

VI- REFERENCES:

Ayadi A., Arlotto J. et Jordan P., **Freins et performances de l'entrepreneuriat dans les entreprises innovantes : Une étude exploratoire**, Actes du 4e Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Sénat, Paris, 2005.

Ayerbe C. et Bernasconi M., **Création et croissance des jeunes entreprises innovantes**, in Meier (coord). Stratégies de croissance, Dunod, 2009.

Barthe J-F., Chauvac N. et Grossetti M., **Entrepreneurs de circonstance : une enquête sociologique sur les fondateurs de start-up en France**, Revue de l'Entrepreneuriat Vol 15, n°3, 2016.

Sources

1 Frank Robert, Pierre Marquès, Frank Lasch et Frédéric Le Roy, **Les entrepreneurs dans les technologies de l'information et de la communication : Proposition d'une typologie**, Revue internationale PME, Volume 23, numéro 1, 2010, p 65.

2. Frank Robert et all, op.cit, p69.

3. Robert et all, op.cit, p 69

4. Robert et all, op.cit, p 69

5. Barthe, Chauvac et Grossetti, **Entrepreneurs de circonstance : une enquête sociologique sur les fondateurs de start-up en France**, Revue de l' Entrepreneuriat 2016/3 (Vol. 15), p167

6.Ayerbe, C, et Bernasconi, M., **Création et croissance des jeunes entreprises innovantes**, in Meier (coord). Stratégies de croissance, Dnod, 2009, p10

7.Ayerbe, C, et Bernasconi, M., op.cit, p10

8.Ayerbe, C, et Bernasconi, M., op.cit, p10

10.Ayerbe, C, et Bernasconi, M., op.cit, p10

11. Robert et all, op.cit, p72

12.Robert et all, op.cit, p72

Borges C., Fillion L.J. et Simard G., **Le parcours des créateurs d'entreprises technologiques : de l'idée d'affaires au seuil de rentabilité**, Cahier de recherche n °2006-10, Montréal, HEC, 2006.

Danjou I. et Dubois -Grivon B., **Les jeunes entreprises innovantes. Profil des créateurs et comportements stratégiques**, Cahier de Recherche, ESC, Lille, 1999.

Fayolle A., **La trajectoire de l'ingénieur entrepreneur**, Revue Française de Gestion, novembre décembre, 1994.

Gasse Y., **Les créateurs d'entreprises et les influences de leur environnement**, Actes du 6e Congrès International Francophone sur la PME, Montréal, HEC, 2002.

Robert F., Marquès P., Lasch F. et Le Roy F., **Les entrepreneurs dans les technologies de l'information et de la communication : Proposition d'une typologie**, Revue internationale PME, Volume 23, numéro 1, 2010.