

**Diffusion de la Culture Entrepreneuriale chez les Jeunes Diplômés: la création d'entreprise
touristique (Etude comparative entre la France et l' Algérie)**

**Diffusion of Entrepreneurial Culture among Young Graduates: the creation of a tourism
business (Comparative study between France and Algeria)**

BELAABED Dalila

Université Abbès Laghrour-Khenchela, Algérie, khedalila@gmail.com

Reçu le:05/ 03/2021

Accepté le:01/06/2021

Publié le:08/06/2021

Résumé:

Cette étude traite principalement la relation Tourisme & Entrepreneuriat, elle a pour objectif d'analyser la réalité et le rôle d'entrepreneuriat dans la création d'entreprise touristique en France et en Algérie. Ainsi cet article propose d'examiner dans quelle mesure L'Etat algérien doit s'intéresser au développement des Jeunes entrepreneurs. En adoptant la méthode déductive, le traitement de ce sujet démontre que: Par rapport à la France, l'Algérie souffre d'un déficit d'une culture entrepreneuriale à cause d'un manque important de formation à l'innovation et à l'entrepreneuriat des jeunes. Pour y remédier, il faut travailler pour développer les formations à l'entrepreneuriat, favoriser la prise d'initiative des jeunes, les faire contribuer à l'évolution du secteur touristique.

.Mots clés: Création, culture, Entrepreneuriat, Jeunes Diplômés, Tourisme.

Jel Classification Codes:L26 : L83,

Abstract: This study mainly deals with the relationship between tourism and Entrepreneurship, it aims to analyse the reality and the role of entrepreneurship in the creation of tourism companies in France and Algeria. Thus, this article proposes to examine the extent to which the Algerian state should be interested in the development of young entrepreneurs. By adopting the deductive method, the treatment of this subject demonstrates that: Compared to France, Algeria suffers from a lack of an entrepreneurial culture because of a significant deficiency of training in innovation and entrepreneurship for young people. To remedy this, we must work to develop entrepreneurship training, encourage the initiative of young people, and make them contribute to the evolution of the tourism sector.

Keywords: Creation, culture, entrepreneurship, Young Graduates, Tourism.

Jel Classification Codes : L26 : L83,

Auteur correspondant: BELAABED Dalila, Email: khedalila@gmail.com

1. Introduction:

Comme nous savons, l'entreprise est la source principale de la richesse des individus et des Nations; des grandes fortunes ont été réalisées par des jeunes entrepreneurs d'une part, d'autre part, puisque Le tourisme occupe aujourd'hui une place primordiale dans l'économie mondiale, il se considère une source importante de devises, des revenus et de création d'emplois indispensables pour de nombreux pays.C'est la raison pour laquelle la culture entrepreneuriale tient une place centrale dans le tourisme.

La problématique met l'accent sur l'importance de la diffusion de la Culture Entrepreneuriale chez les Jeunes Diplômés dans la création d'entreprises touristiques ?

Afin de bien limiter notre étude, il paraît important de poser une série de questions suivantes:

Quelle est la réalité et le rôle d'entrepreneuriat des Jeunes Diplômés dans la création d'entreprises touristiques en France et en Algérie.

Comment développer une culture d'entrepreneuriat touristique chez les Jeunes Diplômés?

Comment déceler les capacités entrepreneuriales chez les Jeunes Diplômés?

Les Jeunes Diplômés sont-ils porteurs de projets touristiques ?

Quels sont les meilleurs mécanismes à proposer d'aide et de soutien aux Jeunes pour créer leur propre projet touristique?

En se basant sur l'expérience d'entrepreneuriat touristique en France, l'étude repose sur trois hypothèses principales présentées comme suit:

H1: La diffusion de la culture entrepreneuriale contribue au développement du tourisme en Algérie.

H2: La création d'entreprises touristiques en Algérie exige des Jeunes bien informés et bien préparés pour devenir des entrepreneurs dans ce domaine.

H3: La réussite du rôle d'entrepreneuriat touristique en Algérie apparaît par de projets innovants.

L'importance de ce sujet apparaît à travers la problématique posée et son objet qui traite principalement le rôle d'entrepreneuriat dans la création d'entreprise touristique. En même temps cette étude permet de comprendre les mécanismes d'aide et de soutien aux Jeunes Diplômés pour créer leur propre projet touristique. Il s'agira d'étudier et d'analyser l'importance de la diffusion de la culture d'entrepreneuriat touristique chez les Jeunes Diplômés.

Ainsi, le but de notre recherche vise à :

Présenter les concepts essentiels liés au thème d'entrepreneuriat et de création d'entreprise touristique;

Montrer l'importance de la diffusion de la culture d'entrepreneuriat touristique;

Examiner le développement de la culture d'entrepreneuriat touristique chez les Jeunes Diplômés en France et en Algérie;

Nous essaierons de proposer des mécanismes d'aide et de soutien les Jeunes pour créer leur propre projet touristique.

❖ **Quelques Etudes Antérieures**

Dans cette partie, nous allons présenter quelques études antérieures que les autres chercheurs ont réalisés avant nous et qui ont des points communs de près avec notre travail.

Différemment des recherches antérieures, dans cette étude, nous essaierons de compléter les travaux existants qui s'intéressent à conscientiser les jeunes entrepreneurs sur leur rôle dans le développement du tourisme, Plus précisément, nous présentons une recherche théorique visant à cerner l'impact de la Diffusion de la Culture Entrepreneuriale chez les Jeunes Diplômés sur la création d'entreprise touristique.

- L'étude Nouredine El Manzani(2015) qui avait porté sur «**le rôle de l'éducation à l'entrepreneuriat dans le développement de la culture entrepreneuriale chez les étudiants universitaires**».

Cette étude est l'un des travaux existants qui s'intéressent à l'influence de l'éducation à l'entrepreneuriat sur la culture entrepreneuriale. elle pose la question sur le rôle de l'éducation à l'entrepreneuriat dans l'instauration d'une culture entrepreneuriale.

Ses objectifs étaient proposés comme un modèle théorique qui s'intéresse aux mécanismes du développement des dimensions de la culture entrepreneuriale chez les jeunes et surtout les étudiants universitaires à travers des actions d'éducation à l'entrepreneuriat.

- L'étude de Abdelala BOUNOUH(2017) qui avait comme sujet «**Developper la Culture d'Entreprise chez les Jeunes par la Formation : Elements de Diagnostic et Enjeux en Tunisie**»

Les résultats de l'étude ont montré que la promotion de l'entrepreneuriat en Tunisie la promotion de l'entrepreneuriat en Tunisie figure parmi les solutions à envisager pour relever le défi de l'emploi, et le système d'enseignement universitaire de formation professionnelle en Tunisie, est un élément essentiel pour permettre aux jeunes de s'intégrer dans la vie économique n'a pas permis de favoriser davantage l'acte entrepreneurial.

- L'étude de Laurice Alexandre-Leclair et Zeting Liu(2014) a mené une étude portant sur «**Innovation et Entrepreneuriat, le Cas du Secteur du Tourisme a Paris Intramuros** »

cette recherche démontre que:

- Dans le secteur du tourisme sur la ville de Paris, l'innovation trouve sa place aussi bien auprès de micro-entreprises que d'associations;
- L'offre réelle du tourisme sur la ville de Paris est basée sur l'innovation « produits » ou plus exactement « services »;
- L'innovation institutionnelle trouve sa place aussi grâce à la présence d'associations offrant des services à la personne ou des services culturels, sans oublier la Bourse de Paris qui se transforme en un lieu de conférences et de rencontres culturelles et artistiques;
- les pouvoirs publics n'apportent pas leur aide aux auto-entrepreneurs mais plutôt aux associations, ce qui décourage les auto-entrepreneurs dans certaines situations.

- L'étude de Benata Mohammed avait comme sujet «**Influence de la Culture et de l'Environnement sur l'Intention Entrepreneuriale: Cas de l'Algerie**»

Dans cette étude, le chercheur a assimilé l'entrepreneuriat à la création d'entreprise et, cette recherche se base sur la relation culture régionale et intention d'entreprendre, elle a pour objectif de montrer le rôle de la culture régionale sur l'intention entrepreneuriale.

2. Concepts et Fondements d'Entrepreneuriat Touristique

Si l'entrepreneuriat et le tourisme sont deux phénomènes indissociables, ils sont liés à l'ensemble d'activités socio-économiques et culturelles, c'est la raison pour laquelle l'entrepreneuriat touristique occupe aujourd'hui une place importante dans l'économie des pays. Pour mieux comprendre, Nous essaierons de présenter quelques notions liés à ce concept.

2.1 Entrepreneuriat

D'après plusieurs auteurs, l'entrepreneuriat est particulièrement difficile à définir, il peut s'exprimer sous diverses formes. Malgré que le terme d'entrepreneuriat est le plus

couramment utilisé à nos jours, mais en réalité l'idée et le concept d'entrepreneuriat ne sont pas très clair. En effet, L'entrepreneuriat est un concept polysémique, il contient différentes significations et définitions. Ce concept peut recenser un ensemble de mots liés à ce terme par exemple, le projet, la créativité, l'innovation, les comportements, la prise de risque, l'opportunité, le marché et surtout la création d'entreprise.

L'entrepreneuriat a été défini pour la première fois par le professeur Howard Stevenson, comme suit: «L'entrepreneuriat est la poursuite d'opportunités sans égard pour les ressources existantes ».

(Alphonse, 2018, p. 14)

Ainsi, nous pouvons le définir de nombreuses manières, telles que: L'entrepreneuriat est «un processus dynamique et complexe. Il est le fruit de facteurs psychologiques...» (Matouk Belattaf, Janvier-Juin 2013, p. 84).environnement, pour générant de la valeur sur le marché par la création ou le développement d'une activité économique» (Sophie Boutillier, 2017, p. 30).

2.2 Entrepreneur

Quand nous parlons de la capacité de gérer les ressources humaines, de mobiliser des matérielles, de créer et de développer une entreprise, de saisir ou provoquer toutes les opportunités, de prendre le risque et investir ou bien encore sur les porteurs de projets, il semble nécessaire de poser une question très intéressante sur le mot « entrepreneur ». De façon générale, l'entrepreneur est considéré comme un réalisateur de projets (Claude Painchaud, 2008, p. 11).Ainsi, l'entrepreneur défini par Kirzner est, lui, un individu qui perçoit des opportunités de profit que d'autres ne voient pas (Kaberuka, 2011, p. 138). Bref, l'entrepreneur est une personne capable de transformer une idée en projet.

2.3 Culture

Selon les différents auteurs, la culture est liée à l'ensemble de principes, de valeurs, de mœurs, de coutumes, de traditions, de comportements, de connaissances et de croyances, qui caractérisent une société et qui doivent se transmettre entre les générations. Est un ensemble lié de manières de penser, de sentir et d'agir plus ou moins formalisées qui, étant apprises et partagées par une pluralité de personnes (Rocher, 1992, p. 4).

2.4 Culture Entrepreneuriale

Plusieurs thèmes de recherche relevant du phénomène entrepreneurial, prend en compte sa relation avec la culture en créant un autre concept qui s'appelle la Culture Entrepreneuriale. Alors, nous pouvons dire que le terme de la culture entrepreneuriale est dérivé de deux mots, «culture» et «entrepreneuriat » et la compréhension du sens de ce concept est basée sur la définition de ces deux derniers que nous l'avons déjà présenté. D'une manière simple, nous pouvons définir la culture entrepreneuriale comme un type de culture organisationnelle, est un mélange de tous les facteurs qui forment la personnalité de l'entrepreneur (Asli Amina, December 2015, p. 5).Dans le même sens, la culture entrepreneuriale est l'ensemble des valeurs et des convictions partagées, des savoir-faire, des savoir-être et des savoir-agir qui orientent plus ou moins consciemment le comportement des personnes, des institutions et de la population à l'égard de l'entrepreneuriat.

En effet, il existe de multiples définitions de la culture entrepreneuriale, mais elles tournent toutes autour du contexte d'affaires, certains comportements spécifiques, Valeurs entrepreneuriales.

2.5 Accompagnement Entrepreneurial

Si l'émergence de l'accompagnement entrepreneurial est devenu au fil de ces dernières années, une question importante pour le développement économique et surtout dans le domaine de l'entrepreneuriat, en se basant sur cette idée, Nous essaierons d'expliquer cette notion à travers ses programmes utilisés.

L'accompagnement entrepreneurial est une activité qui tend à se développer avec l'émergence d'une société entrepreneuriale (Christophe, 2016, p. 151). Ainsi, la littérature sur l'accompagnement entrepreneurial repose sur une combinaison d'approches plus ou moins formelles, allant à des structures collectives aux techniques individualisées (Katia Richomme-Huet, 2013, p. 101). Dans une approche collective, l'accompagnement entrepreneurial met en scène différents acteurs comme le porteur du projet, les financeurs et les structures d'accompagnement. Malgré la différence de leurs objectifs et enjeux, tous visent la réussite du projet entrepreneurial. Certains se réunissent dans un lieu spécifique, comme les couveuses, les incubateurs ou les pépinières d'entreprises. Quelle que soit la technique d'accompagnement, le but de ces structures formelles est de fournir aux porteur de projet, durant le parcours de création et de démarrage leur propre projet, des services assurant un soutien larg.

Dans une approche individuelle, l'accompagnement entrepreneurial met l'accent sur l'idée d'une recherche de révélation du potentiel entrepreneurial des individus. Selon les cas et en fonction des outils mis en œuvre (mentorat, tutorat, coaching...) (Katia Richomme-Huet, 2013, p. 102).

Enfin, quel que soit le modèle d'entrepreneuriat adopté et sa structure concernée, le premier but d'accompagnement entrepreneurial est de créer un environnement propice au travail.

2.6 Tourisme

Selon les différents auteurs le tourisme est lié à l'action de voyager, de visiter et de plaisir. Il n'a fait son apparition qu'avec le besoin de trouver les moyens de libération de l'homme pour dépasser son horizon quotidien. Pour mieux comprendre, un préalable consiste à présenter quelques définitions, comme suit :

Selon Alettele le tourisme est « l'ensemble des activités de personnes qui voyagent vers et séjournent en des lieux extérieurs à leur environnement habituel pendant un maximum d'une année consécutive pour leurs loisirs, pour leurs affaires ou à d'autres fins» (Leur, 2011, p. 3).

Fédération des EPL le définit comme «phénomène social, culturel et économique qui implique le déplacement de personnes vers des territoires situés en dehors de leur environnement habituel» (Epl, 2014, p. 5).

Bien que le « tourisme » est un phénomène récent, les différents auteurs *notent* que cette notion depuis longtemps est liée à l'action de déplacer pour explorer d'autres lieux, d'autres sociétés et d'autres cultures. Il est donc un sujet sociologique, géographique et culturel d'une part, d'autre part, le tourisme est devenu une véritable industrie stratégique, puissante,

stable et croissante à long terme, c'est une source de richesse et de développement local durable.

2.7 Entrepreneuriat Touristique

l'entrepreneuriat touristique est une démarche accessible à tout porteur de projet qui exerce son activité en sous-secteur du tourisme (Hôtellerie, Restauration, Organisations de voyage, Transports...) en tenant compte l'importance d'innovation dans le projet touristique donné (produits, services,...) En termes d'innovation, l'entrepreneuriat touristique vise à déterminer comment identifier et accompagner un projet et des porteurs de projets apportant une innovation pour le marché du tourisme. Il s'agit d'un dispositif d'accompagnement unique associant de la formation, de l'incubation et de l'expérimentation. Ainsi, il prend en compte : (SA ,. 2., 2018)

- les thématiques identitaires régionales: le tourisme littoral , l'itinérance, le tourisme urbain et les sites de visite,...
- les thématiques prioritaires des projets de recherche touristiques portant sur l'innovation, l'expérience, le patrimoine, la destination et le digital,...
- les objets connectés, réalité virtuelle, mobilités et Entertainment...

3 Entre la culture entrepreneuriale et l'entreprise touristique

Afin de démontrer la relation culture entrepreneuriale & entreprise touristique, nous présenterons tout d'abord l'importance d'entreprise touristique pour assurer le développement et la prospérité du tourisme.

3.1 Importance d'entreprise touristique

Nous savons tous que le tourisme en tant que phénomène économique repose avant tout sur des entreprises touristiques qui offrent des biens et des services intangibles, qui demandent un contact direct avec la clientèle et doivent être consommés sur place (Michel Archambault, 2012, p. 16). Quand nous parlons d'entreprise et sa relation avec le tourisme, nous signifions généralement de projets hôteliers, des agences de voyages, centres de vacances, restaurants, cafétérias, night-clubs, bureaux d'information touristique... ce qui fait appel au concept de petites entreprises touristiques.

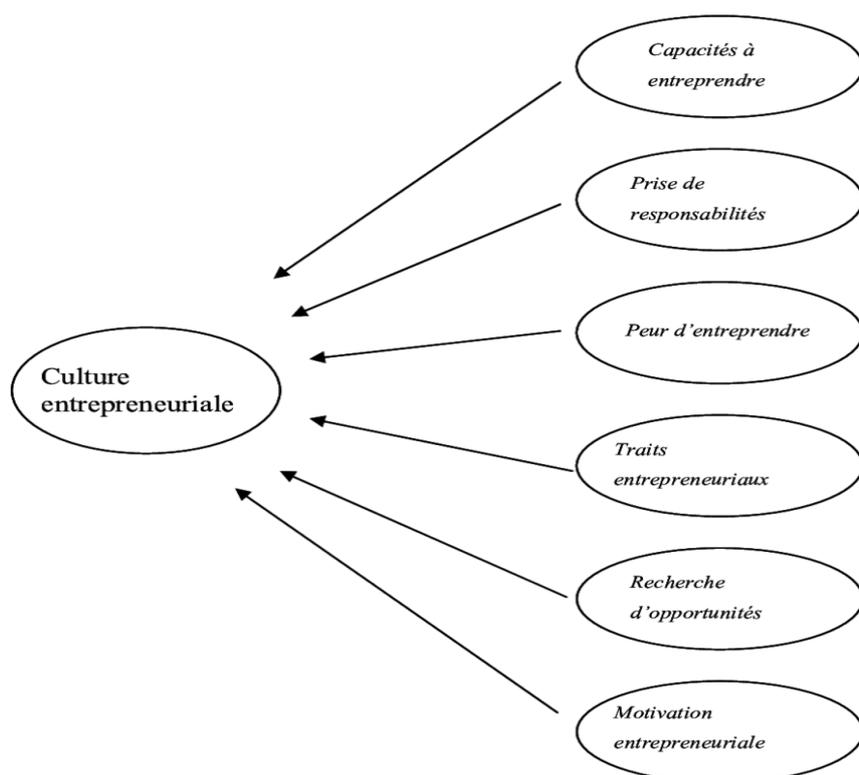
La première terminologie qui ressort est celle de petite entreprise, qui est ensuite accolée au tourisme. Or, l'appellation de petite entreprise* est ambiguë tout aussi bien dans le milieu académique que dans celui des affaires (Bizindavyi, 2014, p. 52). Il est important dans cet article de clarifier le concept d'entreprise touristique. Les entreprises représentent une composante déterminante dans l'économie du tourisme vu leur apport de plus en plus important au niveau de création de nouveaux postes d'emplois, des recettes de devises et d'une manière générale au niveau du PNB (Fatiha, 2015, p. 21). Elles exercent leurs activités dans un ou plusieurs sous-secteurs du tourisme lié aux différentes composantes du produit touristiques (hébergements, transport, animation...) les entreprise de ce secteur accueillent naturellement des clientèles touristiques (Haddad, 2005)

*La petite entreprise fait référence aux PME (Petites et Moyennes Entreprises), aux PMI (Petites et Moyennes Industries), ou encore PMO (Petites et Moyennes Organisations). C'est également des appellations de SME (Small and Medium Entreprises), PE (Petite Entreprise), ME (Moyenne Entreprise), ou encore micro entreprises

3.2 rôle de la culture entrepreneuriale dans le développement d'entreprises touristiques

La présence de la culture d'entrepreneuriat touristique permet de développer le tourisme par l'existence d'un environnement propice à l'éclosion d'entreprise touristique, en reconnaissant de la contribution des entrepreneurs dans ce domaine, ainsi que la stimulation des valeurs entrepreneuriales qui se caractérise par un ensemble de dimensions qui sont censées caractériser une culture favorable à l'entrepreneuriat chez un groupe social donné. Ces dimensions sont schématisées de la façon suivante (fig.1).

Figure N° 1. Modèle de la culture entrepreneuriale de Stephan (2007)



Source : Saulo D. Barbosa et al,(2010), **Perceptions culturelles et intention d'entreprendre : Une comparaison entre des étudiants brésiliens et français**, Revue internationale P.M.E, Volume 23, numéro 2, Éditeur(s) Presses de l'Université du Québec, p.19.

Cette figure proposée par Stephan en 2007 affirme que toutes les dimensions présentées constituent des facettes de la culture entrepreneuriale. Pour mieux comprendre nous l'expliquons comme suit: (Mohammed, 2014-2015, p. 207)

- capacité à entreprendre dans le pays;
- prise de responsabilités;
- recherche d'opportunités;
- peur d'entreprendre;
- motivation entrepreneuriale.

Bref, la contribution de la culture entrepreneuriale au développement touristique est par la stimulation d'un milieu plus touristique permet de créer des entreprises et de générer et intégrer des entrepreneurs dans le secteur touristique.

4 Entre le tourisme et la culture entrepreneuriale: création d'entreprises par des jeunes diplômés dans deux pays France & Algérie

Le tourisme mondial est en progression de 7% en moyenne par an, en fort rebond depuis le début des années 2010. L'Europe et l'Afrique sont les destinations qui progressent le plus, notamment autour du bassin méditerranéen (SA, 25 Idées de Création d'Entreprise dans le Tourisme, 2018).

Cette recherche se base sur une analyse typologique des profils entrepreneuriaux dans deux pays, l'Algérie et la France dont le but est déterminé la valeur et l'importance de la culture entrepreneuriale dans la croissance du tourisme en France et en Algérie.

4.1 culture entrepreneuriale & création d'entreprises touristique en France

Comme de nombreux pays , la France cherche comment sensibiliser les étudiants à l'entrepreneuriat pour créer une nouvelle génération des jeunes diplômés comme de porteurs de projets ,c'est-à-dire comment développer une mentalité qui conduit à prendre du risque et d'initiatives, à relever des défis et à devenir une personne importante

4.1.1 Petite idée sur la réalité d'entrepreneuriat touristique en France

Le tourisme est devenu l'une des activités économiques les plus porteuses au monde et cette croissance va se poursuivre dans les prochaines décennies. La France est le premier pays récepteur de touristes au monde (76,8 millions d'individus) ce qui représente 8,7 % des arrivées mondiales (Laurice Alexandre Leclair Cedag, 2014, p. 169), elle se place au tout premier rang des pays européens en nombre de créations annuelles (Temgoua, 2015).

Pour faire du tourisme français le premier au monde, le Comité interministériel du tourisme à l'hôtel de Matignon, le 7 novembre 2016, a pris de nouvelles mesures pour que la France reste la destination préférée des touristes partout dans le monde. L'objectif reste d'en accueillir 100 millions d'ici à 2020 (Hollande, 2017). En effet, La stratégie du Gouvernement français consiste à soutenir l'entrepreneuriat touristique. Dans ce cadre, Les porteurs de projets de ces innovations sont pour 10% des entreprises touristiques. Les innovations dans le tourisme sont donc largement amenées par des acteurs connexes au tourisme (Aude Ducroquet, 2017, p. 4).

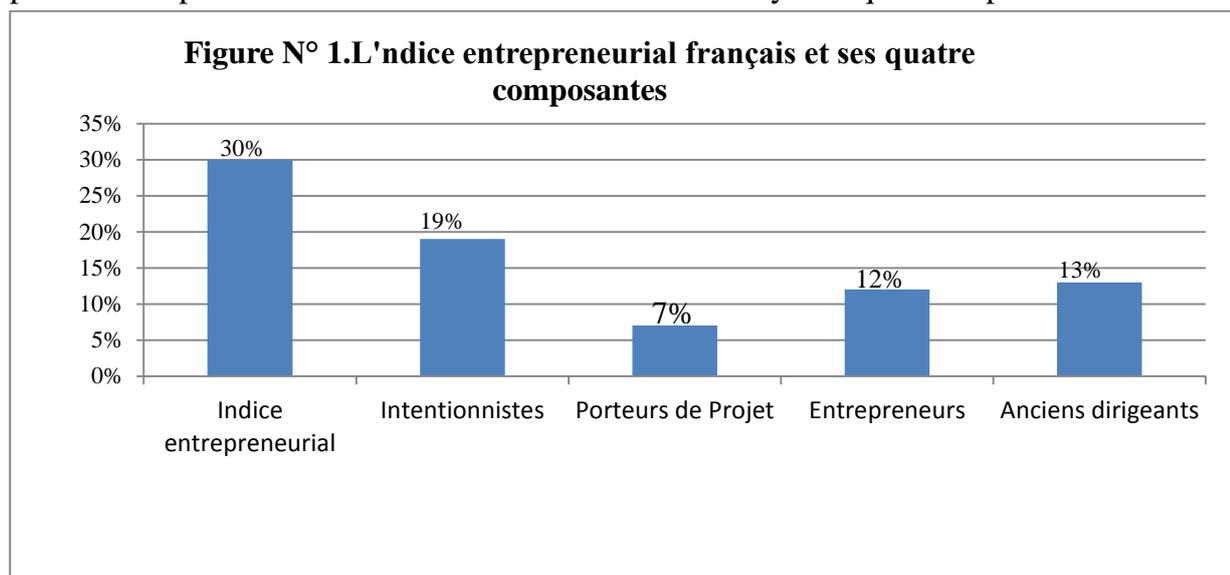
Le nombre de créations de start-up dans le tourisme a récemment augmenté avec simultanément l'émergence de nouveaux lieux et espaces d'accompagnement à l'innovation. Ces lieux dédiés à l'innovation dans le tourisme sont apparus dans un premier temps à Paris puis au sein de plusieurs régions françaises (Aude Ducroquet, 2017, p. 2).

4.1.2 Indices de la diffusion de la culture d'entrepreneurial touristique en France

Concernant la France, L'appétence pour l'entrepreneuriat semble n'avoir jamais été aussi grande en France. Elle est portée par les mutations profondes de la société, dont notamment la recherche d'une plus grande autonomie et d'un meilleur équilibre entre vie privée et professionnelle. (SA, Revue Espaces N°343, 2018).

Pour décrire l'état de la diffusion de la culture entrepreneuriale et son impact sur la diffusion de l'esprit d'entreprise chez les jeunes entrepreneurs en France, nous allons présenter l'indice entrepreneurial français et ses quatre composantes, qui est schématisé de la façon suivante (fig.1).

D'après une étude récente, en 2018, 15 millions de la population française âgée de 18 ans et plus ont été placés à un moment de leur vie dans une dynamique entrepreneuriale.



Source: SA,(2018), **Indice entrepreneurial français 2018 : Une population française toujours aussi dynamique**, Agence France: entrepreneur, p.3, récupéré le 26/10,2020,voir le lien url : https://bpifrance-creation.fr/system/files/Analyse_IEF_2018C.pdf

Ce schéma démontre que: (SA, Indice entrepreneurial français 2018 : Une population française toujours aussi dynamique, Agence France: entrepreneur, 2018)

-19 % des Français souhaitent créer ou reprendre une entreprise.

- 7 % des Français ont engagé des démarches pour créer ou reprendre une entreprise.

-12 % des Français dirigent une entreprise qu'ils ont créée, reprise ou y sont associés.

- 13 % des Français ont créé/repris et dirigé une entreprise aujourd'hui cédée ou fermée.

Ces chiffres montrent que la culture entrepreneuriale dans le secteur du tourisme est bien désirée et se diffuse, c'est alors un stimulant très efficace particulièrement à la croissance du tourisme en France. Ça c'est grâce à l'effort de L'État Français pour développer le tourisme.

4.2 Diffusion d'une Culture Entrepreneuriale & développement de tourisme en Algérie.

Comme plusieurs autres pays, l'Algérie se voit dans la nécessité d'intégrer la culture entrepreneuriale pour l'amélioration et le développement du secteur du tourisme, ce qui nécessite une vision à long terme. Elle doit être considérée comme l'un des piliers de la politique nationale du développement.

4.2.1 Situation d'entrepreneuriat touristique en Algérie

Pendant des années on a toujours pensé que le tourisme est vraiment une source économique importante pour nombreuses communautés. L'Algérie est l'une des pays qui dispose de compétences, de potentialités touristiques, nécessitant davantage de réflexion en vue d'un management efficace particulièrement par la promotion d'entrepreneuriat touristique.

En réalité, Les efforts de l'Etat algérien en matière d'appui à l'entrepreneuriat touristique reste confiné à des services fournis par des institutions telles que: Ministère de tourisme et de l'artisanat, autres ministères et institutions (environnement, transport, culture, ...), Office

national algérien du tourisme (ONAT), Office National du Tourisme (ONT), Agence Nationale de Développement du Tourisme (ANDT), Direction du tourisme et de l'artisanat. Ainsi que des Organisations spécialisées dans le soutien et la promotion des petites et moyennes entreprises telles que: Agence Nationale de Soutien pour l'Emploi des Jeunes (ANSEJ), l'Agence Nationale du Développement de l'investissement (ANDI), Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC), Agence Nationale de gestion du Micro-crédit en Algérie (ANGEM), Fonds national pour le financement des start-up(2020).

En Algérie, la nouvelle forme de développement touristique se dirige vers la création d'entreprise privée particulièrement les PME qui sont considérées comme un vecteur de croissance, un générateur d'emplois, et un moteur de progrès socio-économique. Dans ce cadre l'Algérie entend donner au secteur du tourisme une importance par une politique globale d'aménagement du territoire qui s'est traduite par l'adoption d'un cadre stratégique de référence et d'une vision à l'horizon 2030. (SA, Agence Nationale de Développement et d'Investissement, 2017).

Ces efforts permettraient aux entrepreneurs de la mise en place d'un cadre culturel et réglementaire qui encouragerait les jeunes à développer des idées et de projets dans ce secteur.

Dans ce cadre, le montant des investissements enregistrés en 2018 dans ce secteur est de 310 milliards de DA pour 299 projets et prévoyant la création de 17.407 emplois. Sur ces projets touristiques enregistrés, il est prévu de nouvelles créations au nombre de 247 projets dans divers segments d'activités concentrés essentiellement dans l'hôtellerie (Mansouri, 2018).

Ainsi, l'ouverture du secteur touristique à l'investissement privé a permis la naissance de l'entrepreneuriat local dans le tourisme. en effet, Cet entrepreneuriat est constitué d'acteurs qui ne sont pas professionnels dans ce secteur. Il comporte des investisseurs locaux et quelques émigrés de France (Idir, 2014, p. 67).

Des innovations privées sont apparues récemment en tant qu'acteurs d'accompagnement à la création d'entreprise sous diverses formes: incubateur, accélérateur, coworking, Réseau Business Angels (kouraiche, 2018, pp. 90-91), ainsi La promotion d'entrepreneuriat touristique à travers divers programmes de formation qui visent à mettre en valeur les compétences entrepreneuriales chez les jeunes diplômés, parmi cet programmes, parmi ces programmes nous citons le programme IBTIKARI.

IBTIKARI, c'est le fruit de la collaboration entre le Ministère algérien du Travail, de l'Emploi et de la Sécurité Sociale (MTESS) et de l'Institut des Nations Unies pour la Formation et la Recherche (UNITAR) (Admin, 2016), il est renouvelé en 2016, il s'agit d'un programme de formation et d'accompagnement à l'entrepreneuriat destiné à 700 jeunes diplômés algériens dans des secteurs stratégiques comme les TIC, l'environnement, le tourisme (SA, Candidature ouverte pour le programme Ibtikari).

Dans le domaine du tourisme le projet Ibtikari visera à accompagner les porteurs de projets dans le domaine du tourisme et de leur permettre de tirer profit des programmes de formation, d'encourager les jeunes pour créer des micro entreprises spécialisées dans la promotion et la commercialisation des produits d'artisanat, et encourager l'innovation qui

génère l'esprit d'entrepreneuriat, à travers l'utilisation des nouvelles technologies, l'amélioration des prestations dans le domaine du tourisme (Tourisme-micro-entreprises: un accord pour renforcer l'entrepreneuriat , 2020).

Malgré ce changement d'orientation de la politique touristique vers l'investissement privé, les entrepreneurs algériens souffrent encore de nombreuses difficultés rencontrées au niveau du financement de leurs projets, de la lenteur et de la complexité des procédures judiciaires et de manque de transparence, ce qui a conduit à décourager l'initiative privée et limitent, par conséquent, la volonté des entrepreneurs.

4.2.2 Importance de la Diffusion d'une Culture Entrepreneuriale chez les Jeunes Diplômés dans le développement d'entreprise touristique en Algérie.

L'entrepreneuriat devient un levier important pour pallier le chômage en Algérie. Il fait partie des politiques de reconversion que l'Etat veut impulser grâce à une réserve en devises dépassant les 70 milliards de dollars US. (Azzedine Tounés, 2007)

Avant de parler de l'entrepreneuriat dans le tourisme comme une phase de lancement des entreprises touristique, il faut tout d'abord noter l'importance et le rôle de la diffusion de la culture entrepreneuriale pour l'amélioration et la croissance du tourisme en Algérie. Sur ce point, de Nombreux chercheurs soulignent l'importance de l'impact de la culture nationale sur L'émergence des entrepreneurs dans le secteur touristique.

Bien qu'il existe une relation forte entre l'entrepreneuriat touristique et le développement économique en Algérie, le secteur touristique souffre du manque d'innovation et de productivité, ce qui contribue au faible niveau de développement du tourisme.

En plus, de nombreux obstacles empêchent le développement de telles capacités, les politiques mises en œuvre par l'Etat algérien ne se concrétisent que par de faibles performances. Des mesures urgentes doivent être envisagées comme l'accélération du processus, la privatisation du secteur touristique dans le cadre d'une politique de développement efficace et rigoureuse qui considère la culture comme un élément essentiel dans la fonction d'entrepreneuriat touristique. Ce qui exige la promouvoir d'un développement d'entrepreneuriat touristique par la diffusion de culture entrepreneuriale et l'amélioration de la qualité de l'environnement entrepreneurial et de la mobilisation des jeunes entrepreneurs et à étoffer leur activité dans ce secteur. Cependant, au-delà de la naissance de l'entrepreneuriat local dans le tourisme et l'expansion du tissu des entreprises touristiques ainsi enregistrées, le concept d'entrepreneuriat touristique en Algérie reste très floue, notamment à cause de l'absence de la culture entrepreneuriale, ce qui contribue à la création d'une catégorie de jeunes entrepreneurs qui n'ont, aucune relation avec l'activité touristique. Ce sont des simples porteurs de projets sans compétences particulières dans le tourisme

Ainsi, avec l'absence de la culture entrepreneuriale en Algérie les jeunes entrepreneurs rencontrent beaucoup d'obstacles surtout les coûts de la création d'un projet, ainsi que, la plupart des entrepreneurs sont motivés par la nécessité d'obtenir des crédits pas plus.

Bref, le peu d'effort consacré par l'Etat Algérien à la diffusion de la culture entrepreneuriale par des structures de soutien et d'accompagnement, des établissements universitaires, des

écoles supérieures..., indique que l'entrepreneur algérien est loin de l'entrepreneuriat dans le vrai sens du terme.

5 Conclusion:

La diffusion d'entrepreneuriat touristique constitue la base pour créer la légitimité sociale du métier d'entrepreneuriat et pour développer la crédibilité des jeunes entrepreneurs dans ce domaine en manifestant les valeurs d'entrepreneuriat touristique, cela permettra d'attirer l'attention des jeunes diplômés pour devenir des entrepreneurs dans ce secteur. Ces caractéristiques doivent être véhiculées et intégrées par cette culture. De cette façon seront développées des entreprises touristiques, intégrées dans le milieu, et créées pour répondre aux besoins touristiques.

Dans cette perspective, Il semble nécessaire d'encourager la création d'entreprise et la génération des entrepreneurs (des personnes ayant foi en l'avenir, qui aiment prendre des risques, des gens créatifs et des innovateurs...) au sein des communautés.

La valorisation de ce travail est donc essentielle pour pousser les citoyens à considérer cette avenue comme mode de vie et comme une source de richesse et de gagne-pain.

Résultats d'étude:

A partir de tout ce qu'on a présenté, nous concluons que:

- L'émergence d'entrepreneuriat en Algérie est liée à l'influence culturelle, surtout si celle-ci se propage dans tous les secteurs et les domaines.
- L'enseignement de l'entrepreneuriat constitue un outil essentiel pour développer une culture entrepreneuriale dans un pays, il permet une meilleure appréhension du phénomène entrepreneurial et de le resituer dans son contexte national.
- La faiblesse d'entrepreneuriat touristique est due à des entrepreneurs qui ont des connaissances limitées, ou pas du tout, sur la création d'entreprises touristiques.
- Le problème dans l'entrepreneuriat du tourisme que ce soit en France ou en Algérie est plus qualitatif que quantitatif.
- L'ensemble de données existants qui tente de mesurer les activités d'entrepreneuriat en Algérie comportent de nombreuses lacunes, ce qui a rendu difficile l'analyse de la réalité d'entrepreneuriat touristique dans ce pays.
- Il est obligatoire de constater que l'avenir de l'Algérie n'est pas seulement dans sa richesse pétrolière, mais aussi lié aux capacités de transformer les potentialités touristique à des offres touristiques. Mais elle souffre parfois d'absence totale d'une politique de développement du tourisme, ce qui a influé négativement sur tout le secteur.
- En Algérie, Il est difficile d'évaluer l'entrepreneuriat dans le domaine du tourisme, surtout avec l'absence de statistiques complètes ce qui a gêné l'analyse des données sur le volume des activités entrepreneuriales.
- A partir des données ci-dessus nous pouvons accepter les trois hypothèses:
 - H1: La diffusion de la culture entrepreneuriale contribue au développement du tourisme en Algérie.
 - H2: La création d'entreprises touristiques en Algérie exige des Jeunes bien informés et bien préparés pour devenir des entrepreneurs dans ce domaine.
 - H3: La réussite du rôle d'entrepreneuriat touristique en Algérie apparaît par des projets innovants.

Recommandations

Un certain nombre de recommandations ont été formulées à partir des conclusions de l'analyse de diffusion de la culture entrepreneuriale en France et en Algérie, comme suit:

- Déterminer une stratégie efficace pour l'amélioration et la croissance du tourisme.
 - renforcer des dispositifs d'appui au secteur touristique
 - Il faut donner une plus grande importance à la culture entrepreneuriale afin de développer l'entrepreneuriat touristique
 - Favoriser l'émergence d'entrepreneurs ou rendre une société plus entrepreneuriale par l'éducation, les médias, la politique
 - Il faut prendre des mesures pour le développement de la culture entrepreneuriale qui permettent aux entrepreneurs de s'émerger.
 - Proposer un plan d'action afin d'enclencher le processus de développement d'une culture entrepreneuriale dans le secteur du tourisme
 - Généraliser l'enseignement d'entrepreneuriat touristique dans Les différentes écoles, instituts et universités.
- Pour la réussite d'un projet touristique, il faut adopter une stratégie d'accompagnement efficace .

6 Liste Bibliographique:

- Admin.(2016 FÉVRIER 24). Consulté le 05 17, 2021,Programme IBTIKARI : formation et accompagnement à l'entrepreneuriat des jeunes diplômés en Algérie:
<https://startupsalgeriennes.wordpress.com>
- Alphonse, K. N. (2018). *Leadership, Entreprenariat et Chomage des Jeunes en Afrique*. Institut International d'Ingénierie: BURKINA FASO.
- Asli Amina, E. m. (December 2015). Le rôle de l'Education à l'Entrepreneuriat dans le Développement de la Culture Entrepreneuriale des Etudiants Universitaires: Proposition d'un modèle théorique. *Revue de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation*.
- Aude Ducroquet, S. C. (2017). *Enjeux et limites des incubateurs et des clusters touristiques, 8ème journée du groupe thématique innovation de l'AIMS*. France: Innovations. Espaces et Territoires, Palaiseau.
- Azzedine Tounés, K. A. (2007). Influences Culturelles sur des Comportements Managériaux d'Entrepreneurs Algériens. *5ème congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat – Sherbrook*. Canada.
- Bizindavyi, A.-L. (2014). *Le Processus d'Incubation d'Entreprise et les Petites Entreprises Touristiques des Pays en Voie de Développement : Etude de Cas sur le Burundi, en Afrique de l'Est*. Canada: Maîtrise en développement du tourisme.
- Christophe, S. (2016). L'accompagnement Entrepreneurial : Proposition d'une Lecture Critique. *Revue africaine de management*, 151.
- Claude Painchaud, J. C. (2008). *Le Portfolio de l'Entrepreneuriat au Secondaire*. Québec: Bibliothèque et Archives Nationales.
- Epl, F. d. (2014). *Tourisme, culture, loisirs*. Paris: Collection Études et perspectives.
- Fatiha, G. (2015). *Cours management des Entreprises Touristiques*. Ain Témouchent: centre universitaire d'Ain Témouchent.
- Haddad, N. (2005). *Les Déterminants du Choix Stratégique des Entreprises Touristiques*. Tunis: Université de Tunis El Manar.
- Hollande, F. (2017, mai 15). Consulté le 10 26, 2020, sur La Stratégie pour un Tourisme Français Leader Mondial: <https://www.gouvernement.fr/action/la-strategie-pour-un-tourisme-francais-leader-mondial>

- Kaberuka, D. (2011). *Le Développement du Secteur Privé Comme Moteur du Développement Economique en Afrique*. Ghana: Rapport sur le développement en Afrique, Banque Africaine de Développement.
- Katia Richomme-Huet, A. d. (2013). *L'Accompagnement Entrepreneurial par et pour les Mampreneurs*. Paris: Université Dauphine.
- Laurice Alexandre Leclair Cedag, Z. (2014). *Innovation et Entrepreneuriat, le Cas du Secteur du Tourisme a Paris Intramuros*. Belgique: Cairn.info De Boeck Supérieur.
- Leur, A. v. (2011). *Outils sur la Réduction de la Pauvreté par le Tourisme en Zone Rurale*. Organisation internationale du Travail.
- Mansouri, A. (2018). *Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI)*. Consulté le 10 26, 2020, sur <https://www.algerie-eco.com/2019/02/03/plus-4-125-projets-enregistres-landi-2018/>
- Matouk Belattaf, N. (Janvier-Juin 2013). Entrepreneuriat et Création d'Entreprises ; Facteurs Déterminant l'Esprit d'Entreprise: Cas de Béjaïa. *Management & Sciences Sociales*, n° 14, 84.
- Michel Archambault, P. A. (2012). Les Entreprises Touristiques au Cœur du Développement Economique. *symposium sur les mesures de performance et les contributions économiques du tourisme*.
- Mohammed, B. (2014-2015). Influence de la Culture et de l'Environnement sur l'Intention Entrepreneuriale: Cas de l'Algérie. *Thèse de Doctorat*. Tlemcen, Université Abou BekrBelkaïd.
- Mohamed Sofiane, Idir.(2014). Valorisation du patrimoine, tourisme et développement territorial en Algérie : cas des régions de Béjaïa en Kabylie et Djanet dans le Tassili n'Ajjer, *thèse de doctorat*, France, Université de Grenoble.
- Nassira, kouraiche.(2018). Le Rôle de l'Ecosystème de l'Accompagnement Entrepreneurial dans la Promotion de l'Entrepreneuriat en Algérie, *Les Cahiers du Cread*, vol 34, n° 2.
- Rocher, G. (1992). *La Notion de Culture*. Montréal: Hurtubise HMH ltée.
- SA. (2017, Avril). *Agence Nationale de Développement et d'Investissement*. Consulté le 10 26, 2020, sur <http://www.andi.dz/index.php/fr/secteur-du-tourisme>
- SA. (2018, Octobre). *Indice entrepreneurial français 2018 : Une population française toujours aussi dynamique, Agence France: entrepreneur*. Consulté le 10 26, 2020, sur https://bpifrance-creation.fr/system/files/Analyse_IEF_2018C.pdf
- SA. (2018, 10 23). *25 Idées de Création d'Entreprise dans le Tourisme*. Consulté le 10 29, 2020, sur <https://www.creerentreprise.fr/idees-creation-entreprise-tourisme>
- SA. (2018, Juillet). *Revue Espaces N°343*. Consulté le 10 26, 2020, sur Entrepreneuriat et Tourism: <https://www.tourisme-espaces.com/doc/10097.entrepreneuriat-tourisme.html>
- SA. (2018, avril 23). *Entrepreneuriat Touristique Innovant*. Consulté le 01 17, 2020, sur <https://www.atlanpole.fr/actualites/aap-entrepreneuriat-touristique-innovant/>
- SA.(2020 septembre 19). Consulté le 05 18, 2021, *Tourisme-micro-entreprises: un accord pour renforcer l'entrepreneuriat* :<https://www.aps.dz/economie/109903-tourisme-micro-entreprises-convention-pour-renforcer-l-entrepreneuriat-chez-les-porteurs-de-projets>
- SA. Consulté le 05 17, 2021, *Startup in Algeria, Candidature ouverte pour le programme Ibtikari* : <https://www.startupinalgeria.com/candidature-ouverte-pour-le-programme-ibtikari/>
- Sophie Boutillier, D. U. (2017). L'entrepreneur: La fonction Economique de la Libre Entreprise. *Iste Innovation, Entrepreneuriat Et Gestion, Volume8*, 30.
- Temgoua, B. D. (2015, sep). *Création et Management d'Entreprises de Tourisme Autour des US et Coutumes : une Application du Model de Davidsson per aux « Funerailles Camerounaises»*. Consulté le 10 25, 2020, sur <https://www.researchgate.net/publication/282646289>