

## La culture entrepreneuriale chez les jeunes Algériens dans le secteur sport

### Entrepreneurial culture among young Algerians in the sports sector

Ayoub Haceini\*<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Université Alger 3, Laboratoire SPAPSA, [ayoub.haceini.mhs@hotmail.fr](mailto:ayoub.haceini.mhs@hotmail.fr)

Reçu : 15/02/2023

Accepté : 24/06/2023

Publié : 24/07/2023

#### Résumé :

L'objectif de cette étude est de faire un constat d'état de la culture entrepreneuriale sportive en Algérie. Notre échantillon de recherche est de (90) jeunes Algériens intéressés par le secteur sport choisi par une méthode non probabilitaire, on a utilisé un questionnaire composé de (22) questions semi ouverte, l'analyse statistique utilisée est le calcul du pourcentage. Les résultats de cette recherche concluent que la culture entrepreneuriale sportive en Algérie connaît divers obstacles (intra dispositifs et extra dispositifs) et que le gouvernement doit impérativement revoir les points suivants : Le financement des projets, le suivi professionnel des projets, la publicité professionnelle sur ces dispositifs et la diminution de la bureaucratie. Le champ d'investissement dans le secteur sport reste vierge et prometteur, aussi il pourra être plus bénéfique à l'économie nationale que les secteurs lourds comme (BTP, Ciment ...) confirmé par le ratio nombre d'emplois créés / millions d'euros investis. Cette étude n'est qu'une première phase de la principale étude (en cours) avec un nombre d'échantillon plus large et des méthodes statistiques plus techniques.

**Mots clés :** Entrepreneuriat ; Culture ; Entreprise ; Jeune entrepreneur ; Sport.

#### Abstract :

This study aims to assess the state of the entrepreneurial sport culture in Algeria. Our research sample is (90) young Algerians interested in the sport sector chosen by a non-probability method, we used a questionnaire composed of (22) semi-open questions, the statistical analysis used is the calculation of the percentage. The results of this research concluded that the entrepreneurial sporting culture in Algeria knows various obstacles (intradispositives and extradispositives) and that the government must imperatively review the following points: Project funding, professional monitoring of projects, professional advertising on these devices and the reduction of bureaucracy. The field of investment in the sports sector remains virgin and promising, so it may be more beneficial to the national economy than heavy sectors such as (construction, cement ...) confirmed by the ratio of number of jobs created / million euros invested. This study is only the first phase of the main study (in progress) with a larger sample number and more technical statistical methods.

**Keywords :** Entrepreneuriat ; Culture ; Entreprise ; Jeune entrepreneur ; Sport.

## Introduction :

### 1. Problématique

Les nombreux programmes de création et de promotion des entreprises en Algérie ont en effet réussi à constituer un tissu de petites et moyennes entreprises (PME), mais qui sont loin de refléter les grandes ambitions politiques tracé par le gouvernement Algérien dans une perspective d'évolution à l'échelle local et international. Selon la banque mondiale et l'office national des statistiques, une étude a été menée sur 536 PME en 2011, il s'est avéré qu'ils souffrent de divers problèmes en investissement causer par un manque de financement, la bureaucratie et autres problèmes majeurs. Selon Porter (2004), la compétitivité d'une localisation tient avant tout à la nature de l'environnement économique qu'elle offre aux entreprises. Or ces gros problèmes handicapent les PME à valoriser leur efficacité productive (Grim, 2009). Selon plusieurs études (Gillet et Madoui, 2004 ; Tabet, 2014), le facteur culturel est la clé du résultat de ces PME, tant que ces PME respectent la culture et la religion musulmane y aura de forte chance que ces PME s'épanouissent, car l'entreprise est la face commerciale de la personnalité de l'entrepreneur en Algérie.

Afin de s'ouvrir au monde, le gouvernement Algérien a mis divers dispositifs encourageant l'investissement dans ces territoires, cette proposition attractive vise à attirer les as de l'entrepreneuriat mondiale (Lollier, Pringent&Théouément, 2005) afin de créer une cohabitation entre les chevronnés mondiaux et nos jeunes entrepreneurs Algériens. Aussi, nous nous proposons dans cette recherche de nous baser sur des éléments théoriques de la problématique de l'entrepreneuriat pour essayer de connaître la caractéristique de l'entrepreneuriat Algérien surtout dans un secteur nouvellement développé qui est le sport, et d'essayer de connaître ces atouts majeurs et ces difficultés. Pour ce faire, notre démarche est exclusivement basée sur l'analyse de résultat des questionnaires rempli par des jeunes Algériens afin de connaître leur vision sur l'entrepreneuriat en sport et de fait savoir si y a une pensée entrepreneuriale basé et solide en Algérie, de connaître les difficultés éprouvées par ces jeunes entrepreneurs. Pris ensemble, ces éléments sont susceptibles de nous fournir des interprétations sur le processus entrepreneurial en Algérie engendrées par la représentation que l'entrepreneur se fait de son environnement (Fayolle, 2008). Aussi on pourra connaître le type de relation entrepreneur/entreprise sportive en Algérie, et savoir si l'entrepreneur pourra structurer sa propre vision du monde. Ce qui pose le problème de savoir si les facteurs de contingence exercent un impact direct sur l'entrepreneur ou à travers leurs perceptions (Mintzberg, 2004).

Dans le premier sommet international de l'entrepreneuriat à l'Etats Unis d'Amérique, le Président Obama déclare, « l'esprit d'entreprise crée de nouvelles manières de fournir des services de base et de nouvelles manières de voir le monde, c'est l'étincelle de la prospérité. Une culture de l'esprit d'entreprise permet à la jeunesse de s'engager dans sa société et d'exploiter les idées des citoyens. Elle signifie propriété et autodétermination, par opposition simplement à dépendre de quelqu'un d'autre pour gagner votre vie et assurer votre avenir.»

A partir de cette réflexion, on a entamé notre recherche ci-présente qui s'accroît sur les deux questions suivantes:

- Quelle est l'état de la culture entrepreneuriale sportive en Algérie ?

## **2. Analyse de la littérature**

### **2.1. Concepts de base:**

La culture entrepreneuriale : Elle est définie par Gibb (1993) comme « un ensemble de valeur, croyances et attitudes communément partagées dans la société et étayant la notion de manière de vivre entrepreneuriale désirable et favorisant la poursuite d'un comportement entrepreneurial effectif par des individus ou groupes d'individus ». Cette culture entrepreneuriale est en réalité un style de vie productif, il influence la vie quotidienne autant que la vie professionnelle de l'entrepreneur qui doit toujours renforcer son identité afin de bien veiller à sa fonction (Picard & Thévenard-Puthod, 2004), elle devient une attitude propre à lui qui reflète sa personnalité et sa vision globale de vie quotidienne. Ainsi, Fortin (2007) affirme que cette culture entrepreneuriale c'est la meilleure solution contre la pauvreté et une excellente philosophie pour valoriser l'autonomie individuelle en accentuant le rôle d'individu dans la création d'offre d'emploi et apaisant le fardeau porter par les gouvernements.

Aussi il faut faire une différence entre les termes « culture d'entreprise » et « culture entrepreneuriale », la « culture d'entreprise » est la relation opérationnelle qui existe entre l'entreprise et l'entrepreneur, tandis que la « culture entrepreneuriale » est l'état mentale et affectif qui évolue vers un seul objectif qui est d'agir pour créer du changement positif, d'explorer de nouvelles stratégies de travail et d'améliorer la qualité de la production. Le développement de la culture entrepreneuriale demande un sérieux engagement afin de valoriser cette culture auprès des individus, car il est de nature humaine de craindre l'inconnu, et donc déjà on doit familiariser les individus avec cette culture entrepreneuriale, il existe diverses raisons de promouvoir la culture entrepreneuriale:

- Stimuler la compétitivité, l'innovation, la productivité et la croissance économique.
- Faire de l'entrepreneuriat un choix de carrière désirable.
- Améliorer la capacité des individus à vivre avec l'incertitude et à répondre positivement au changement.
- Rattraper un retard par rapport à d'autres pays au chapitre de la création d'entreprises.
- Contrebalancer l'information déjà abondante en matière d'employabilité.
- Valoriser la richesse et son rôle dans le développement économique et social.
- Prendre en charge des initiatives de promotion à moyen et long terme, car le secteur privé est peu enclin à le faire.

Aussi cette culture entrepreneuriale propose divers niveaux d'expertise qui se base sur certaines habiletés primordiales:

- Repères.
- La confiance en soi.
- Le leadership.
- L'esprit d'équipe.
- La motivation.
- Le sens de la responsabilité.
- La solidarité.
- La débrouillardise.
- L'effort.
- L'initiative.
- Le sens de l'organisation.
- La créativité.
- La détermination.
- La persévérance

Et donc, chaque fois que l'individu acquies une de ces habiletés, il améliore automatiquement son niveau d'expertise.

Pour pouvoir engager un processus de changement, il faut mobiliser différentes ressources personnelles:

\*Les ressources émotionnelles: sont le moteur de l'action. L'esprit d'entreprise trouve en elles sa motivation première et son déclenchement .

\*\*Les ressources cognitives: servent à penser l'action, à donner forme à l'avenir par l'élaboration et la mise en œuvre d'un projet. Elles donnent sens au projet entrepreneurial .

\*\*\*Les ressources interactionnelles: le passage à l'acte nécessite une action concrète et la mobilisation des ressources des différents milieux (Ressources interactionnelles). En effet, on ne peut pas entreprendre seul, avec uniquement l'énergie tirée de la motivation, avec uniquement l'intelligence de sa vision et de projet. Ce dernier fait appel à la capacité de l'entrepreneur de tisser des liens avec son environnement.

## **2.2. La culture entrepreneuriale en Algérie:**

Dans sa quête du développement, l'Algérie prend une initiative gouvernementale afin d'améliorer le secteur économique en premier lieu, on met sur place de nouvelles constitutions qui ont pour objectif d'attirer les jeunes Algériens au monde de l'entrepreneuriat. Mais l'efficacité réel de cette démarche reste infime par rapport au développement mondial, l'Algérie prend le rang 73ème mondiale entre 137 pays selon Global Entrepreneurship&Development Institute (GED) (Journal national ELWATAN, 17/11/2016). L'Algérie est compté parmi les payés qui se développe avec une grande vitesse cette dernière décennie, avec un score de 24,7 points sur 100, elle a amélioré son classement en gagnant deux places.

Dans le précédent classement établi par le GEDI, le pays était à la 75e place est-elle passe à la 73e place en 2016. Le classement GEDI Index est défini selon 14 critères pour évaluer la

qualité et la grandeur du processus entrepreneurial des pays concernés. Parmi ces critères ont trouve:

- La perception de l'entrepreneuriat par la société .
- Le niveau du risque .
- La qualité de l'éducation .
- Les compétences en matière de création de startups .
- Le niveau d'usage d'internet .
- Le niveau de corruption .
- La liberté économique .
- La profondeur du marché des capitaux.

L'Algérie après avoir reconnu le secteur privé comme un collaborateur de développement (Laib, 2021) a enregistré quelques améliorations sur la perception de l'entrepreneuriat par la société, de ressources humaines et du capital-risque. Mais les scores les plus faibles obtenus par le pays parmi les 14 critères concernent principalement la création de startups, le processus d'innovation et la concurrence. Au niveau maghrébin, l'Algérie est déclassée devant la Tunisie (42e) et le Maroc (70e) place mondiale. La tête du classement mondial des pays les plus avancés en matière d'entrepreneuriat est dominée par les Etats-Unis suivis par la Suisse et le Canada .

Le développement du pays dépend de son activité entrepreneuriale qui est liée à l'esprit entrepreneurial et au rôle de soutien et d'accompagnement des organismes. Malgré les efforts du gouvernement Algérien pour améliorer le taux de création d'entreprise et le développement de l'environnement des affaires, les résultats ne sont pas à la hauteur des ambitions. L'esprit entrepreneurial existe malgré le manque de sensibilisation et l'insuffisance du rôle des structures de soutien. Ce constat est le résultat d'une étude quantitative qui a été menée dans la ville de Constantine en Algérie auprès de 145 entrepreneurs ayant été aidés par l'un des organismes de soutien et d'accompagnement à l'entrepreneuriat (Laib&Benredjem, 2017).

Le monde d'aujourd'hui est devenu hyper dynamique soit du côté social ou du côté économique, la culture entrepreneuriale est devenue primordiale et qui demande du savoir précis et de la créativité pour la survie, la croissance et du développement des entreprises. Cependant, l'innovation provient avant tout de la recherche et du développement menée par les entreprises, les universités et les organismes de recherche (Leghima& Djema, 2014) .

Depuis 1962, jusqu'aux années 80, le développement industriel a été la prédominance du secteur public avec le courant soviétique marksiste. Le gouvernement c'est focalisé sur la création de grandes entreprises d'État qui pouvaient assurer emploi, salaire, logements et autres avantages sociaux. L'entrepreneuriat privé n'occupait qu'une faible partie du secteur économique car il existait un ensemble de forces structurelles qui limitait l'action individuelle de l'entrepreneur (accusé d'être un profiteur et un capitaliste) (codes des investissements de 1963 et 1966, charte nationale de 1976). À partir de 1982, une nouvelle politique envers le secteur privé a été définie dans la nouvelle loi n°81-11 du 21 août 1982 relative à l'investissement économique national. Ce processus a été consolidé avec l'adoption du code des investissements consacré par le décret législatif n°93-12 du 5 octobre 1993 relatif à la

promotion de l'investissement. Ainsi, la libéralisation est devenue une aubaine pour l'entrepreneuriat privé en Algérie par la multiplication des PME. Il a été institué une agence nationale pour la promotion et le suivi de l'investissement (APSI), une agence publique chargée de l'assistance de localisation et de promotion des investissements (CALPI). Ces derniers ont été mis en place à l'échelle locale en vue d'assister les investisseurs dans le domaine foncier. Le dispositif créé n'a toutefois pas contribué à la relance de l'investissement privé. Le constat de carence a provoqué une révision du dispositif institutionnel mis en place à travers la promulgation en 2001 de deux textes législatifs fondamentaux : l'ordonnance relative au développement de l'investissement (ordonnance n°01-03 du 20/08/2001) et la loi d'orientation sur la promotion de la PME (loi n°01-18 du 12 décembre 2001). La loi d'orientation sur la promotion de l'entrepreneuriat privé promulgue des dispositions générales dont les principes fondamentaux définissent les mesures d'aide et de soutien à la promotion de la petite et moyenne entreprise. Les pouvoirs publics ont mobilisé divers moyens à savoir:

- La création d'un fonds de garantie des prêts bancaires accordés aux PME;
- Celle du fonds d'appui à l'investissement;
- Celle de la caisse de garantie des crédits d'investissement;
- Celle du fonds de promotion de la compétitivité industrielle;
- La mise en place du programme national de mise à niveau des PME face aux exigences du libre-échange et la mise en œuvre des accords d'association avec l'Union européenne;
- La mise en œuvre des programmes de micro-entreprises et du microcrédit et un fonds de garantie des risques liés aux microcrédits.

Ces deux textes législatifs visent à améliorer le secteur privé en créant une vraie compétitivité entre les entreprises. Selon le ministère concerné (2001), les mesures d'aide et de soutien à la promotion de la PME ont principalement pour objectifs d'encourager l'émergence de nouvelles entreprises et l'élargissement de leurs champs d'activité, d'adopter des politiques de formation et de gestion des ressources humaines qui favorisent la créativité, l'innovation et la culture entrepreneuriale, de faciliter l'accès des PME aux instruments et services financiers adaptés à leurs besoins, d'améliorer les prestations bancaires dans le traitement des dossiers de financement des PME et enfin de promouvoir l'exportation des biens et services produits par les PME. Du côté opérationnel, quelques nouveaux dispositifs ont été mis en place tels que le contrat pré-emploi et le microcrédit (exemple : ANSEJ).

### 3. Méthodes :

**3.1. Méthode de recherche :** Dans notre recherche ci-présente, on a préféré utiliser la méthode descriptive analytique, qui convient le mieux à notre type de recherche. Cette méthode consiste à analyser un phénomène et à présenter convenablement tous les éléments qui le composent.

**3.2. Outils de recherche :** Afin d'accéder à un grand nombre de sujets, on a préféré utiliser un questionnaire qui est composé de (22) questions semi ouverte.

**3.3. Echantillon de recherche :** L'échantillon de recherche été de (90) jeunes citoyens Algériens.

**3.4. Date et lieu de recherche :** Cette recherche a été effectuée en Algérie entre Décembre 2018 et Aout 2019.

**3.5. Etude préliminaire :** Après avoir conçu ce questionnaire, il a été donné à (10) personnes choisies au hasard, sur le lieu de l'agence ANSEJ wilaya d'Alger, seule condition c'est d'être intéressé par le secteur sport. Les questionnaires ont été rassemblés après (1 H), et on a pris les coordonnées personnelles des sujets (E-mail principalement). Le même questionnaire a été renvoyé aux mêmes personnes après une semaine sur E-mail, et récupéré après (3 jours). Cette méthode de test-retest nous a aidé à calculer la fiabilité de ce questionnaire.

**3.6. Propriétés psychométriques :**

**Validité :** Ce questionnaire a été élaboré à partir d'un autre questionnaire et modifié selon les besoins de notre recherche, après on l'a envoyé à (3) enseignants universitaires. Ces derniers nous ont orienté sur quelques modifications linguistiques à faire, et ont validé le reste.

**Fiabilité :** Après avoir utilisé les calculs selon la méthode test-retest, on a observé une grande fiabilité avec un indice (0.82), ce qui nous mène a approuvé ce questionnaire.

**3.7. Démarche expérimentale :** Le questionnaire a été distribué main à main à (90) personnes sur le territoire Algériens (30 Capital « Alger », 30 Nord Est « Sétif » et 30 nord-ouest « Oran »), la récolte été après (2 jours) par E-mail, on a eu les résultats suivants :

	Nombre
Distribués	90
Remis	66
Annulés	20
Validés	46

Après, on a commencé l'analyse statistique de ces (46) questionnaires.

**3.8. Méthode statistique :** Afin de traduire les résultats du questionnaire de leur état brut à un état statistique, on a utilisé la méthode du pourcentage comme première démarche, (des statistiques analytiques seront faites dans une suite de cette étude).

**4. Présentation et analyse des résultats:**

Dans cette partie, on présente et analyse les résultats du questionnaire:

**1/ Age:** On constate que la moyenne d'âge de notre échantillon est de (35.17ans), donc de catégorie jeune qui est la cible de notre étude ci-présente.

**2/ Sexe :**

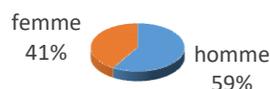


Schéma (01) représentant le sexe de nos sujets

Selon le schéma ci-dessus, on constate que notre échantillon est presque équitable en genre avec un léger avantage pour les hommes (59%) et de (41%) pour les femmes.

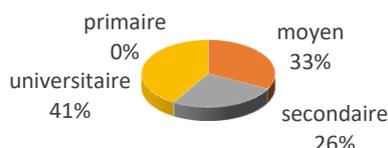
### 3/ Situation matrimoniale :



#### Schéma (02) représentant la situation matrimoniale de nos sujets

Selon le schéma ci-dessus, on constate que le nombre de sujets mariés (60%) est supérieur au nombre de sujets célibataires (40%).

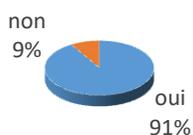
### 4/ Niveau scolaire :



#### Schéma (03) représentant le niveau scolaire de nos sujets

Selon le schéma ci-dessus, on constate que le nombre de sujets ayant un niveau universitaire est le plus grand (41%), suivi de sujets ayant un niveau de moyen (33%), suivi de sujets ayant un niveau secondaire (26%) et aucun sujet ayant le niveau primaire.

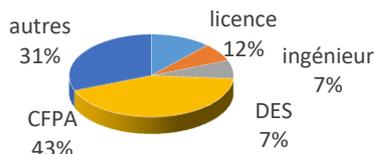
### 5/ Avoir un diplôme



#### Schéma (04) représentant l'obtention de diplôme de nos sujets

Selon le schéma ci-dessus, on constate que la majorité des sujets ont un diplôme avec (91%) et le reste (9%) qui n'ont pas encore obtenu de diplôme.

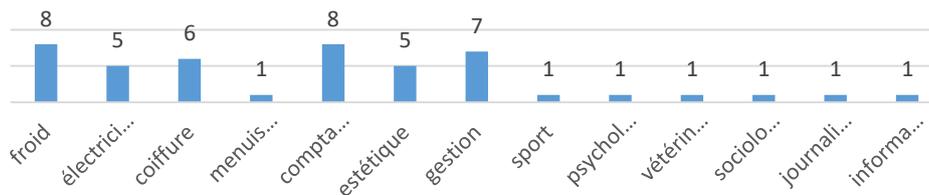
### Sa nature



#### Schéma (05) représentant la nature des diplômes de nos sujets

Selon le schéma ci-dessus, on constate que la grande majorité des sujets ont un diplôme de CFPA avec (43%), suivi de autres diplômes (31%), suivi des licenciés avec (12%) et enfin des ingénieurs et des DES avec une égalité de (7%).

### 6/ Spécialité



#### Schéma (06) représentant la spécialité de nos sujets

Selon le schéma ci-dessus, on constate que le plus grand nombre de nos sujets ont une spécialité de froid et comptabilité, suivi des gestionnaires, des coiffeurs, des électriciens et

esthéticienne enfin de menuiserie, sport, psychologie, vétérinaire, sociologie, journalisme et informatique.

**7/ Tableau (01) représentant l'expérience dans le sport de nos sujets**

	%	Mean	Std. Deviation
Oui	100	46.0000	.0000
Non	00		
Total	100		

Selon le tableau ci-dessus, on constate que la quasi-totalité des sujets confirme qu'ils ont une expérience dans leur spécialité.

**La durée de cette expérience (mois) :** On constate que la moyenne d'expérience de nos sujets est de (17.31 mois), donc moyennement expérimenté.

**8/ Tableau (02) représentant la situation actuelle de nos sujets**

	%	Mean	Std. Deviation	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Oui	100	10.7391	5.24695	18.435 <sup>a</sup>	5	.002
Non	00					
Total	100					

Selon le tableau ci-dessus, on constate que le plus grand nombre de nos sujets sont chômeurs (37%), suivi des travailleurs en noir (22%), suivi des sujets ayant des petits boulots du jours le jours (15%), suivi des employés CDD (13%), suivi d'autre situation avec (9%) et enfin des sujets ayant un emploi de jeune (4%). Aussi selon les résultats du test khi deux, la valeur est de (0.002) et donc significative en degré de liberté (5).

**9/ Tableau (03) représentant la capacité de nos sujets à avoir leurs propres moyens pour créer une entreprise**

	%	Mean	Std. Deviation
Oui	100	46.0000	.0000
Non	00		
Total	100		

Selon le tableau ci-dessus, on constate que la totalité de nos sujets confirme ne pas avoir de moyens propres pour créer une entreprise.

**Tableau (04) représentant les raisons du non création d'entreprise chez nos sujets**

	%	Mean	Std. Deviation
Oui	100	46.0000	.0000
Non	00		
Total	100		

Selon le tableau ci-dessus, on constate que la totalité de nos sujets penchent sur le fait que le côté financier est la vraie raison de cette incapacité à créer leur propre société.

**10/ Tableau (05) représentant nos sujets informés des dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises**

	%	Mean	Std. Deviation	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Oui	27	38.1746	12.97583	13.349 <sup>a</sup>	1	.000
Non	73					
Total	100					

Selon le tableau ci-dessus, on constate que la majorité de nos sujets confirme ne pas être bien informé sur les dispositifs publics d'aide à la création d'entreprise avec (73%), reste (27%)

des sujets qui disent être informé de ces dispositifs. Aussi selon les résultats du test khi deux, la valeur est de (0.000) et donc significative en degré de liberté (1).

**Tableau (06) représentant les dispositifs connus de nos sujets**

	%	Mean	Std. Deviation	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
ANSEJ	33	24.1163	7.11206	5.233 <sup>a</sup>	1	.022
ENGEM	67					
Total	100					

Selon le tableau ci-dessus, on constate que 17 sujets seulement ont connu ces dispositifs, (67%) d'entre eux connaissent ENGEM et (33%) ANSEJ. Aussi selon les résultats du test khi deux, la valeur est de (0.022) et donc significative en degré de liberté (1).

**11/ Tableau (07) représentant nos sujets qui ont assez d'informations sur les avantages accordé par ces dispositifs**

	%	Mean	Std. Deviation	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Oui	41	23.6957	3.98257	1.391 <sup>a</sup>	1	.238
Non	59					
Total	100					

Selon le tableau ci-dessus, on constate que (59%) de nos sujets n'ont pas assez d'informations sur les avantages accordés par ces dispositifs et que (41%) le savent. Aussi selon les résultats du test khi deux, la valeur est de (0.238) et donc significative en degré de liberté (1).

**12/ Tableau (08) représentant nos sujets qui ont essayé de bénéficier de l'un de ces dispositifs**

	%	Mean	Std. Deviation
Oui	50	23.0000	.00000
Non	50		
Total	100		

Selon le tableau ci-dessus, on constate que la moitié de nos sujets ont essayé de bénéficier de l'un de ces dispositifs, tandis que l'autre moitié n'a pas essayé.

**Tableau (09) représentant les dispositifs connus de nos sujets**

	%	Mean	Std. Deviation	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
ANSEJ	83	16.3913	5.81330	9.783 <sup>a</sup>	1	.002
ANGEM	17					
Total	100					

Selon le tableau ci-dessus, on constate que les sujets ayant essayé ANSEJ sont de (83%) et que ceux de ENGEM (17%). Aussi selon les résultats du test khi deux, la valeur est de (0.002) et donc significative en degré de liberté (1).

**Tableau (10) représentant les motifs de nos sujets qui ne connaissent pas ces dispositifs**

	%	Mean	Std. Deviation	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Pas intéressant	26	14.1304	4.93876	5.261 <sup>a</sup>	1	.022
Manqué information	74					
Total	100					

Selon le tableau ci-dessus, on constate que la majorité (74%) de nos sujets qui n'ont pas essayé ces dispositifs disant que la cause est le manque d'information, tandis que (26%) disent que ces dispositifs ne sont pas intéressants. Aussi selon les résultats du test khi deux, la valeur est de (0.022) et donc significative en degré de liberté (1).

**13/ Tableau (11) représentant nos sujets disant être bien reçu par les agents d'accueil et d'orientation**

	%	Mean	Std. Deviation	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Oui	70	13.2609	4.23425	3.522 <sup>a</sup>	1	.061
Non	30					
Total	100					

Selon le tableau ci-dessus, on constate que (70%) des sujets ayant essayé ces dispositifs disent avoir été bien reçu par les agents d'accueil et d'orientation et que (30%) disent ne pas avoir été bien reçu. Aussi selon les résultats du test khi deux, la valeur est de (0.061) et donc non significative en degré de liberté (1).

**Combien de temps vous ont-ils accordés lors de votre entrevue (Minutes) :** On constate que la moyenne de temps accordés lors des entrevues avec les clients sujets est de (30.47 Minutes), qui est un temps acceptable pour une entrevue préliminaire.

**Tableau (12) représentant les causes de non visite de nos sujets**

	%	Mean	Std. Deviation	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Non orienté	14	5.28	1.88982	3.571 <sup>a</sup>	1	.059
Bureaucratie	86					
Total	100					

Selon le tableau ci-dessus, on constate que la majorité (86%) des sujets qui n'ont pas visité les agences gérant ces dispositifs disent que la bureaucratie est le motif principal de leur refus, et que (14%) disent ne pas avoir été bien orienté vers ces agences. Aussi selon les résultats du test khi deux, la valeur est de (0.059) et donc non significative en degré de liberté (1).

**14/ Tableau (13) représentant la confiance de nos sujets dans ses dispositifs**

	%	Mean	Std. Deviation	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Oui	33	27.4490	8.05466	5.898 <sup>a</sup>	1	.015
Non	67					
Total	100					

Selon le tableau ci-dessus, on constate qu'une grande majorité de nos sujets disent ne pas avoir de confiance dans ces dispositifs avec (67%), tandis que (33%) disent avoir confiance. Aussi selon les résultats du test khi deux, la valeur est de (0.015) et donc significative en degré de liberté (1).

**15/ Tableau (14) représentant les secteurs de nos sujets**

	%	Mean	Std. Deviation	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Artisanal	9	8.6522	5.11334	20.261 <sup>a</sup>	4	.000
Services	57					
Batiment et travaux publics	13					
Industrie	17					
Agriculture et peche	4					
Total	100					

Selon le tableau ci-dessus, on constate que la majorité des sujets sont dans le domaine du service, suivi du secteur industrie, suivi du secteur bâtiment et travaux publics, suivi du secteur artisanat et enfin le secteur agriculture et pêches. Aussi selon les résultats du test khi deux, la valeur est de (0.000) et donc significative en degré de liberté (4).

**16/ Tableau (15) représentant nos sujets disant avoir assez d'informations et de données sur le secteur sport**

	%	Mean	Std. Deviation	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Oui	14	16.8182	5.62000	11.636 <sup>a</sup>	1	.001
Non	86					
Total	100					

Selon le tableau ci-dessus, on constate que la majorité (86%) de nos sujets n'ont pas assez d'informations et de données sur le secteur sport, et (14%) disent avoir suffisamment d'informations sur le secteur sport. Aussi selon les résultats du test khi deux, la valeur est de (0.001) et donc significative en degré de liberté (1).

**17/ Tableau (16) représentant nos sujets qui ont été influencé par les exemples de réussite ou d'échec de leurs précédents**

	%	Mean	Std. Deviation	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Oui	82	15.4545	5.52679	8.909 <sup>a</sup>	1	.003
Non	18					
Total	100					

Selon le tableau ci-dessus, on constate que la majorité (82%) de nos sujets disent avoir été influencé par les exemples de réussite ou d'échec de leurs précédents, et que (18%) disent ne pas avoir été influencé. Aussi selon les résultats du test khi deux, la valeur est de (0.003) et donc significative en degré de liberté (1).

**18/ Tableau (17) représentant nos sujets qui ont fait appel à un cabinet de conseil pour l'information**

	%	Mean	Std. Deviation
Oui	0	22.0000	.00000
Non	100		
Total	100		

Selon le tableau ci-dessus, on constate que la totalité de nos sujets n'ont pas fait appel à un cabinet de conseil pour informations.

**19/ Tableau (18) représentant nos sujets qui ont demandé l'avis de certains entrepreneurs opérants dans le secteur sport**

	%	Mean	Std. Deviation
Oui	100	22.0000	.00000
Non	0		
Total	100		

Selon le tableau ci-dessus, on constate que la totalité de nos sujets ont demandé l'avis de certains entrepreneurs dans le secteur sport.

**Tableau (19) représentant l'avis des entrepreneurs contactés par nos sujets**

	%	Mean	Std. Deviation	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Démotivant	18	15.4545	5.52679	8.909 <sup>a</sup>	1	.003
Motivant	82					
Autre	0					
Total	100					

Selon le tableau ci-dessus, on constate que l'avis de la majorité de ces entrepreneurs été motivant, et qu'une minorité ont été démotivant. Aussi selon les résultats du test khi deux, la valeur est de (0.003) et donc significative en degré de liberté (1).

**Si non, pour quels motifs**

Il n'y a pas de réponse « Non ». On constate que tous nos sujets ont eu le réflexe de demander l'avis de personnes ayant déjà fait cette expérience.

**20/ Tableau (20) représentant la répartition des contraintes sur les 4 étapes de la création d'entreprise chez nos sujets**

	%	Mean	Std. Deviation	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Démarrage	0	50.3535	6.47651	1.707 <sup>a</sup>	1	.191
Préparation	43					
Consultation	0					
Initiation	57					
Total	100					

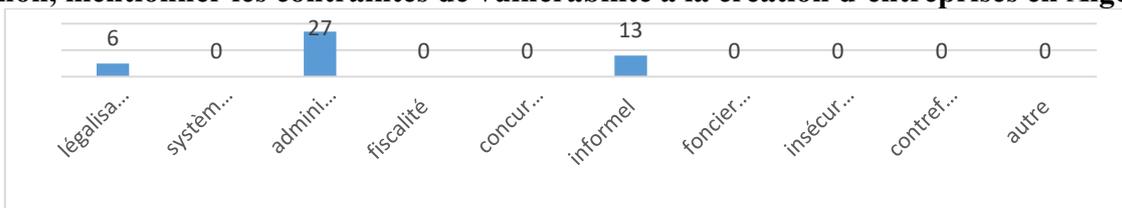
Selon le tableau ci-dessus, on constate que nos sujets se sont mis d'accord sur le fait que les principales contraintes de la création d'entreprise viennent de la partie d'initiation, suivi de la partie préparation, et que aucun d'eux n'a choisi la partie de démarrage et de consultation. Aussi selon les résultats du test khi deux, la valeur est de (0.191) et donc non significative en degré de liberté (1).

**21/ Tableau (21) représentant l'avis de nos sujets sur la favorable de l'environnement socioéconomique actuel de l'Algérie à la création d'entreprises**

	%	Mean	Std. Deviation	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Oui	35	25.1304	6.74161	4.261 <sup>a</sup>	1	.039
Non	65					
Total	100					

Selon le tableau ci-dessus, on constate que la majorité de nos sujets confirme que l'environnement socioéconomique actuel de l'Algérie est défavorable à la création d'entreprises, tandis qu'une minorité disent qu'il est favorable. Aussi selon les résultats du test khi deux, la valeur est de (0.039) et donc significative en degré de liberté (1).

**Si non, mentionner les contraintes de vulnérabilité à la création d'entreprises en Algérie**



**Schéma (07) représentant les contraintes de vulnérabilité à la création d'entreprise en Algérie selon nos sujets**

Selon le schéma ci-dessus, on constate que les sujets qui disent que l'environnement socioéconomique actuel de l'Algérie est défavorable confirment que les causes reviennent aux contraintes de l'administration en majorité, suivi du problème de l'informel et enfin du problème de légalisation.

**22/ Tableau (22) représentant l'avis de nos sujets sur la contribution des mouvements associatifs, d'organisation de la société civile et des ONG à la réussite de la création d'entreprises dans toutes ses étapes**

	%	Mean	Std. Deviation	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Oui	60	12.6000	5.21007	7.800 <sup>a</sup>	2	.020
Non	40					
Total	100					

Selon le tableau ci-dessus, on constate que (60%) de nos sujets disent que les mouvements associatifs, l'organisation de la société civile et les ONG pourront contribuer à la réussite de la création d'entreprises dans toutes ses étapes, et que (40%) disent le contraire. Aussi selon les résultats du test khi deux, la valeur est de (0.020) et donc significative en degré de liberté (2).

**Tableau (23) représentant l'avis de nos sujets sur les mécanismes d'amélioration**

	Nb	Mean	Std. Deviation	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Mécanismesactuels	0	33.1429	10.94022	10.286 <sup>a</sup>	1	.001
Orientation	40					
Autres	16					

Selon le tableau ci-dessus, on constate que nos sujets confirment que d'autres mécanismes doivent être mise pour améliorer d'entrepreneuriat et que l'orientation doit être plus efficace. Aussi selon les résultats du test khi deux, la valeur est de (0.001) et donc significative en degré de liberté (1).

**Tableau (24) représentant l'avis de nos sujets sur les causes du non amélioration**

	%	Mean	Std. Deviation	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Mettre une base de données	27	6.6364	2.33550	2.273 <sup>a</sup>	1	.132
Manqué de professionnalisme	73					
Total	100					

Selon le tableau ci-dessus, on constate que la majorité des sujets qui disent que ces dispositifs sont faibles à cause du manque de professionnalisme (73%) et que (27%) disent qu'une mise en place d'une base de données est primordiale. Aussi selon les résultats du test khi deux, la valeur est de (0.132) et donc non significative en degré de liberté (1).

## 5. Discussion :

Beaucoup de jeunes Algériens de notre échantillon de recherche ont une petite expérience dans le secteur sport, car ils savent que cette expérience leur serait bénéfique pour connaître le secteur avec ces avantages et ces faiblesses. Les travaux de Antoncic&Hisrich (2000) ont montaient que le nombre de création, de développement et de disparition d'entreprise durant une période donnée sont les principales variables qui permettant d'évaluer l'activité

entrepreneuriale ou de mesurer le degré de développement de l'entrepreneuriat dans le pays, reste que ces variables ne sont pas bien calculées en Algérie faute de manque de professionnalisme. Il existe un nombre remarquable de chômeur et de travailleur en noir, cette crise touche la majorité du pays avec un taux de chômage de (11.7% en 2018 selon l'Agence de Presse Algérienne). Les jeunes Algériens n'ont pas des ressources propres pour lancer leur projet d'entrepreneuriat, sachant que le revenu mensuel brut et individuel est de (352 dollars en 2016 selon la banque mondiale), alors le principal problème de l'entrepreneuriat Algérien est d'ordre financier.

Il y a une mauvaise information des dispositifs étatique mise à l'égard de ces jeunes Algériens depuis 2013 comme incubateurs de jeunes entreprises (Bouchair, Hassiani&Merzoug, 2021), malgré les publicités audiovisuelles et autres, reste que la qualité est très inférieure aux exigences dans la matière, car les jeunes Algériens ne connaissent que deux principaux dispositifs qui sont ANSEJ et ENGEM. La majorité des jeunes Algériens ne connaissent pas majoritairement les avantages accordés par ces dispositifs, ce qui confirme que l'information n'est pas bien circulée. Le digital reste une bonne solution afin d'être à l'écoute de ses clients et de repérer les nouveaux «insightsconsommateurs» en suivant leur trace numérique (Migliorini, 2016).

Certains jeunes Algériens ont déjà essayé de bénéficier de l'un de ces dispositifs surtout ANSEJ, et qui ont été bien accueilli et orienté par les agents responsables de ces derniers qu'il leur accordé des entrevues bien détaillées. D'autres non pas essayé, la cause de leur abstention est principalement causée par le manque d'information et la non fiabilité de ces dispositifs pour certain causer par une bureaucratie trop exigent de ces projets.

La majorité des jeunes Algériens se penche à développer un projet dans le secteur de services, car ce domaine ne demande pas trop d'investissement financier, et donc le secteur sport peut être favorable à ces jeunes Algériens, aussi la disponibilité des ressources financières provenant de l'apport personnel et des capitaux familiaux font que la majorité des jeunes entrepreneurs Algériens suivent leur héritage familial (Sekiou, Bouhala et Bouzidi, 2017). Beaucoup de jeunes Algériens disent ne pas avoir suffisamment d'informations et de données de marché sur leur domaine d'investissement en secteur sport, mais qu'il se lance malgré ça influencer par ce que leurs précédents ont vécu comme réussite surtout. La création d'entreprise et le développement de l'auto-emploi en sport constituent sans doute deux voies privilégiées pour atteindre cette dynamisation économique (Hammouda&Lassassi, 2008). Presque la totalité des jeunes Algériens ne font pas appel à un cabinet de conseil pour plus d'informations, car les frais financiers sont considérables. Et pour détourner ce problème de conseil, la totalité de jeunes Algériens ont demandé l'avis des personnes expérimentés dans le domaine sport que leur majorité motive les jeunes entrepreneurs Algériens.

Les jeunes Algériens confirment que le problème de lancement d'une entreprise se situe toujours au début d'initiation du projet et à sa préparation causée par l'inquiétude, le doute et même la peur de l'échec. Beaucoup de ces investissements sont individuels et de vision réduite, généralement juste pour fuir le chômage causé par l'explosion démographique Algérienne (Mekdem, 2021 ; Yahya &Kerbali, 2020). Malgré le poids des entreprises dans le

développement économique restent à renforcer à travers des nouveaux dispositifs d'encouragement et d'accompagnement, en offrant de l'assistance technique et des services de formation, surtout aux PME rurales qui ont besoin de conseils pour moderniser leurs modes de travail (Si Lekhal, Korichi et Gaboussa, 2013). La majorité des jeunes Algériens voient que l'environnement socioéconomique actuel en Algérie n'est pas favorable au développement de l'entrepreneuriat sportive en Algérie, et que les principales contraintes sont l'administration Algérienne, l'informel et la légalisation. Ces jeunes entrepreneurs Algériens désirent que les mouvements associatifs, l'organisation de la société civile et les ONG prennent une part dans ce réseau de développement entrepreneurial. En 2011, le réseau Anima a réalisé pour la Banque Mondiale une analyse sur l'efficacité des différents secteurs d'activité d'investissement en matière de création d'emploi. L'étude, qui classe les secteurs en fonction du ratio nombre d'emplois créés / millions d'euros investis, révèle que les secteurs leaders en matière d'investissements directs à l'étranger (IDE) (Energie, télécom, BTP et ciment) ont une efficacité 20 fois inférieurs par rapport à des secteurs de services telle que le sport et 2 à 10 fois inférieurs à l'ensemble des activités industrielles ou agroalimentaires (Ouguenoune, 2014). Certains jeunes entrepreneurs Algériens affirment que la mauvaise orientation et autres contraintes bloquent catégoriquement le développement durable de l'entrepreneuriat Algérien car selon Boufenche (2021) il est mono latéral (socioenvironnemental vers l'économique) et que si y aura pas une amélioration dans le professionnalisme et l'élaboration d'une base de données nationale, y aura jamais d'entrepreneuriat florissant en Algérie selon des lois déjà sortie (de favoriser et d'encourager le développement de la culture entrepreneuriale, ainsi que les nouvelles technologies et l'innovation au sein des PME « Art.15, Titre2 ») (Journal Officiel De La République Algérienne N° 02, 11 janvier 2017, P5).

## 6. Conclusion et suggestions :

Cette recherche ci-présente nous a permis de construire une vision sur un sujet d'actualité qui s'ancre au cœur du développement de l'entrepreneuriat Algérien. Nous avons constaté une multitude de problèmes dans l'application des dispositifs à vue de développer la pensée entrepreneuriale en Algérie dans le secteur sport, ces problèmes se divisent en deux types :

A/ intra dispositifs : ils sont reliés au fonctionnement direct de ces dispositifs et leur application pratique, on signale surtout la non clarté de certains démarches administratif, l'absence d'un sérieux accompagnement tout le long du chemin de développement de la jeune société créée, le fardeau du financement et du remboursement.

B/ extra dispositifs : il se présente surtout au niveau de la mauvaise publicité de ces dispositifs, de la bureaucratie qui envenime l'atmosphère de ces procédures.

Notre étude ne peut pas être considéré comme une réelle référence avec un échantillon de nombre trop limité par rapport au nombre global de la population cible, mais reste qu'il tire certaines alarmes sur quelques problèmes ou y avait une unanimité dans les réponses, « Plus l'environnement devient menaçant, moins l'entrepreneur est en mesure d'assurer une cohérence organisationnelle, au profit d'une cohérence sociale sûre », déclare Tabet (2014).

Le gouvernement Algérien doit être travaillé minutieusement tous les principaux problèmes avec une efficacité économique mais aussi culturelle, car la culture de la société algérienne musulmane influence directement la décision des jeunes entrepreneurs Algériens.

Les principaux points qui devraient être étudié sont :

- Le financement des projets.
- Le suivi professionnel des projets.
- La publicité professionnelle sur ces dispositifs.
- Le strict minimum de procédure administrative.

La solution optimale pour le développement de la pensée entrepreneuriale sportive en Algérie réside en deux points majeurs : un partenariat efficace et réel avec l'université Algérienne comme une partie essentielle du développement durable avec une recherche scientifique poussé et dirigé qui doit être productive, l'Algérie souffre d'un grand déficit de relations entre le monde de la recherche académique et la réalité économique de l'entreprise. Cette absence de passerelles entre l'université Algérienne et le monde de l'entreprise et la non-intégration du développement économique dans la logique de fonctionnement des collectivités locales ne favorisent pas l'émergence de l'entreprenariat, les universités représentent la principale source de diffusion des connaissances scientifiques et technologiques, et, par conséquent, le principal fournisseur du capital immatériel aux entreprises, notamment les PME. De ce fait, les pouvoirs publics doivent agir afin d'assurer un environnement propice qui valorise les résultats de la recherche universitaire et qui permette de promouvoir les relations Université et PME, confirme (Leghima et Djema, 2014) ; Une formation spécialisée obligatoire aux futures jeunes entrepreneurs qui rassemble un tout théorique et pratique afin de doter ces jeunes d'habiletés intellectuelles primordiales pour le lancement, le développement et le maintien d'une entreprise sportive efficace, surtout que la PME favorise mieux le développement d'une mentalité d'esprit de corps, ce qui permet de construire une collaboration durable (d'Amboise, 2002).

L'accompagnement théorique par les universités et les écoles de commerce et d'ingénieur (Messeghem&Sammut, 2011), et le suivi pratique par des inspecteurs du domaine sportif auront le rôle de balise qui trace un chemin sécurisé pour le jeune entrepreneur Algérien dans le domaine du sport.

## 7. Références :

### Livres et revues :

1. Antoncic, B., &Hisrich, R. D. (2000). Intrapreneurship modeling in transition economies: A comparison of Slovenia and the United States. *Journal of DevelopmentalEntrepreneurship*, 5(1), 21.
2. D'amboise, G., (2002). La PME canadienne : Situation Et Défis, Presse de l'Université de Laval, Canada.

3. Fayolle, A. & Hernandez, É. (2008). Quel avenir pour l'entreprise française, *Humanisme et Entreprise*, 288(3), 53-66. DOI :10.3917/hume.288.0053.
4. Fortin, P.A. (2007). La culture entrepreneuriale un antidote à la pauvreté, Ed Transcontinental, Canada.
5. Gibb, A.A. (1993). The enterprise culture and education. Understanding Enterprise Education and its Links with Small Business, Entrepreneurship and Wider Educational Goals, *International Small Business Journal*, (11), 11-34.
6. Gillet, A. & Madoui, M. (2004). Les entrepreneurs algériens : un groupe hétérogène entre logique familiale et logique économique, *Cahier du Griot*, 125-140.
7. Grim, N. (2009). Sale temps pour les PME Algériennes, *El Watan Economie*, Novembre.
8. Journal officiel de la republiquealgerienne, N° 02, 11 janvier 2017.
9. Laib, Y. & Benredjem, R. (2017). Évaluation des méthodes de promotion de l'entrepreneuriat en Algérie. *La Revue des Sciences de Gestion*, (287-288), 135-143. DOI :10.3917/rsg.287.0135.
10. Leghima, A. & Djema, H. (2014). PME et innovation en Algérie : limites et perspectives. *Marché et organisations*, 20(1), 73-98. DOI:10.3917/maorg.020.0073.
11. Lollier, J-C., Pringent, L. & Théouément, H. (2005). Les nouveaux facteurs d'attractivité dans le jeu de la mondialisation, Presses Universitaires de Rennes, France.
12. Messeghe, K. & Sammut, S., (2011). L'Entrepreneuriat, EMS Ed, France.
13. Migliorini, J., (2016). L'approche omnicanal : une révolution structurelle pour les distributeurs multi-format, IPAG Business school, France.
14. Mintzberg, H. (2004). Managers Not MBSs. *Management Today*, 20(7), 10-13.
15. Ouguenoune, H. (2014). La politique de promotion et d'attraction de l'investissement en Algérie. *Economies et finances*. Université de la Sorbonne nouvelle - Paris 3, France.
16. Picard C., Thévenard-Puthod C., (2004). La reprise de l'entreprise artisanale : spécificité du processus et de conditions de sa réussite, *Revue Internationale PME*, (17)2, 93-121.
17. Porter, M. (2004). Building the microeconomic foundations of prosperity: findings from the business competitiveness index, Forum Davos.
18. Sekiou, A., Bouhala, A., & Narimane, B. (2017). Entrepreneuriat En Algérie Réalité et Perspective. *Finance and Business Economies Review*, 289-309.
19. Si Lekhal, K., Korichi, Y. et Gaboussa, A. (2013). Les PME en Algérie : état des lieux, contraintes et perspectives, *Journal of the performance of Algerian institutions*, (04), 29-49.
20. Tabet-AouelLachachi, W. (2014). Le processus entrepreneurial en algerie une adaptation du modele de gartner, *Les cahiers du cread*, 107-108.
21. اسية مقدم، (2021). أثر سياسة الاستثمار المنتهجة في تنمية روح المقاول في الجزائر. *المجلة الجزائرية للعلوم الانسانية والاجتماعية*. (2)9. 329-309.
22. سامية العايب، (2021). آليات تسيير القطاع العام الاقتصادي بالجزائر في ظل نظام اقتصاد السوق. *المجلة الجزائرية للعلوم الانسانية والاجتماعية*. (2)9. 139-117.
23. عبد القادر يحي و بغداد كربالي، (2020). النمو الديموغرافي وتحدي البطالة في الجزائر في افاق 2040. *المجلة الجزائرية للعلوم الانسانية والاجتماعية*. (2)8. 152-139.
24. لويزة بوشعر، عبد الحميد حسيانيو فاتح مرزوق، (2021). حاضنات الاعمال كتوجه تنموي لتعزيز نمو ونجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر. *المجلة الجزائرية للعلوم الانسانية والاجتماعية*. (1)9. 717-701.
25. وسيلة بوفنش، (2021). اختبار العلاقة السببية بين الأبعاد الأساسية للتنمية المستدامة في الجزائر خلال الفترة 1990-2018. *المجلة الجزائرية للعلوم الانسانية والاجتماعية*. (2)9. 202-182.

**Sites web:**

26. <https://www.elwatan.com/archives/economie-archives/entrepreneuriat-lalgerie-au-73e-rang-mondial-2-17-11-2016>