

**Le défi de l'entrepreneuriat en contexte difficile :
le cas de la Kabylie non-métropolitaine à travers
l'approche ethnométhodologique**

André Joyal,

Professeur associé à l'Université du Québec à Trois-Rivières
et chercheur à l'INRPME. Canada

Rachid Rouane,

Candidat au doctorat (DBA) Université du Québec
à Trois- Rivières. Canada

Introduction

À l'impossible nul n'est tenu s'il existe des territoires sans projet, il existe aussi des territoires dotés de projets difficiles à réaliser. Le développement d'une culture entrepreneuriale implique de grands efforts même dans des conditions jugées favorables. Alors, vouloir stimuler l'entrepreneuriat où le terreau n'offre pas de conditions suffisantes de réussite conduit à d'amères désillusions.

Des régions ont trouvé une formule gagnante (Benko et Lipietz, 1992) d'autres vont présenter un visage de perdant (Côté, Klein et Proulx, 1995). On connaît beaucoup mieux de nos jours les facteurs de succès des régions où l'action des forces vives ont favorisés l'émergence d'un nouvel entrepreneuriat tout en consolidant les PME locales (Julien 2005). Des régions sont ainsi devenues des territoires, c'est-à-dire des lieux véritablement façonnés par leurs habitants (Courlet, 2008, Gumuchian et Pecqueur, 2006). Quelles leçons peut-on en dégager pour répondre aux besoins des milieux en difficulté? S'il existe des conditions gagnantes, quelles sont-elles? Et en leur absence, que faire? Répondre à ce questionnement à l'aide d'un cas situé dans la partie non-métropolitaine de la Kabylie (Algérie) constitue l'objectif de la recherche qui donne lieu à cette communication.

Ce n'est qu'au début des années 1980 que l'entrepreneuriat et, plus particulièrement, la création d'entreprises, est devenue un sujet de recherche à part entière suite à la valorisation de l'entreprise comme

moteur de croissance et de l'emploi. Comme l'atteste de nombreuses études, ce domaine est en voie d'occuper une place prépondérante dans les préoccupations contemporaines (Danjou, 2000). L'entrepreneuriat renvoie à des situations parfois fortement hétérogènes qui en complexifient la définition. C'est ce qui conduit Gartner (1990) à affirmer: «when we talk about entrepreneurship, we recognize that it has many different meanings attached to it. » Il ne faut donc pas se surprendre du fait que l'entrepreneuriat ait été investi par presque toutes les disciplines des sciences humaines.

Face à la mondialisation, chaque pays a tracé ses orientations par un développement global et durable, lequel se base sur le libre jeu des mécanismes du marché entant que facteur d'incitation et de promotion de l'initiative privée et de la création d'entreprises; garant d'un renouvellement constant du tissu économique. La création d'entreprises, considérée aujourd'hui comme moteur de la croissance et facteur de compétitivité, se présente comme le sang vivifiant et l'élément stratégique dans l'évolution des économies nationales et régionales.

Pour Fillion (1991), l'entrepreneuriat c'est le processus par lequel des personnes prennent conscience que le fait de posséder leur propre entreprise constitue une option ou une solution viable. Or si l'objectif est clair, les contraintes et difficultés rencontrées par les entrepreneurs demeurent nombreuses (Albert, Marion et Fayolle, 1994, Gasse, 2002, Fayolle, 2004). En effet, la création d'entreprises est un processus complexe, qui subit l'influence de multiples déterminants telles que la conjoncture économique générale, la législation, les politiques économiques. Que sait-on des obstacles ou barrières qui surgissent à chaque détour de route poussant certains entrepreneurs à abandonner en chemin ?

Aussi, la compréhension et la maîtrise des facteurs qui limitent et stimule la création d'entreprise est une nécessité pour tous les acteurs impliqués. Il en est de même de l'éducation et de la formation en entrepreneuriat qui augmentent considérablement les chances de réussite de nouveaux entrepreneurs et répondent à des objectifs multiples et à une réelle demande sociale (Fayolle, 2004). En effet, l'esprit

d'entreprise est aussi une question de culture. Et si un pays désire accroître la propension à entreprendre de sa population, il lui incombe de favoriser le développement des capacités généralement associées à un esprit entrepreneurial. En conséquence, développer une région par l'intermédiaire de l'entrepreneuriat local représente un processus complexe influencé par de nombreux facteurs qui englobent plusieurs variables difficilement quantifiables souvent liées à l'imaginaire collectif, aux traditions et à la culture.

Tout le monde s'entend pour assigner aux acteurs locaux une plus grande responsabilité en ce qui regarde leur avenir économique. Cependant, en Algérie, et en Kabylie non métropolitaine en particulier, ces acteurs évoluent dans un environnement très contraignant où les conditions entrepreneuriales s'avèrent fort peu favorables. En effet, les contraintes majeures auxquelles ils se heurtent sont liées à des ressources humaines, à des infrastructures de base, ainsi qu'à un environnement institutionnel et financier très déficients. Malgré d'importantes ressources naturelles (eau de source naturelle, tourisme climatique (de montagne) et culturel, etc.), la Kabylie n'arrive pas encore à réaliser un véritable démarrage économique. La population (jeune et nombreuse) se trouve confrontée à d'importantes difficultés liées en grande partie à la faiblesse et au retard considérable en infrastructures de base et d'accès aux opportunités de travail. Cet état de fait rend incertaine et problématique la mise en œuvre d'un ensemble d'initiatives économiques viables dans le cadre d'une stratégie susceptible de favoriser l'essor de l'entrepreneuriat local.

1. Objectif de la recherche

La présente recherche se propose de procéder à l'identification et à l'analyse des facteurs socioculturels et des croyances fondamentales entourant l'entrepreneuriat en Kabylie non métropolitaine. À travers un certain nombre d'interrogations : quelle signification et quelle importance les acteurs de la région ou de la communauté donnent-ils à l'entrepreneuriat? Quels sont les facteurs socioculturels reliés à un tel comportement économique? Favorisent-ils ou limitent-ils la création d'entreprise? Quels rapprochements peut-on établir entre ces

déterminants et le comportement des acteurs de la communauté? Ces questions soulèvent le problème de l'intégration des acteurs sociaux et économiques dans les réseaux entrepreneuriaux et leur engagement dans le processus de la création d'entreprises.

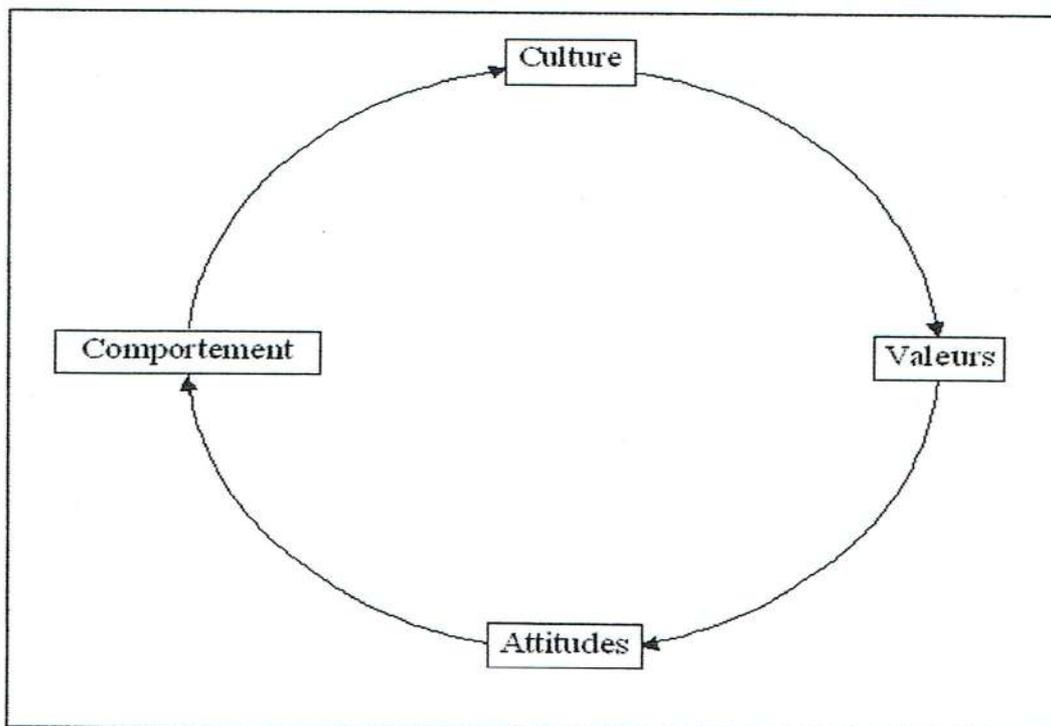
Il s'agit de rendre compte des principales valeurs et des croyances mises en avant par ces acteurs auxquelles se réfèrent certains de leurs membres, par exemple les entrepreneurs pour se lancer en affaires et les organismes d'accompagnements pour favoriser le climat entrepreneurial. Compte tenu de l'état et du niveau actuel des connaissances sur la question, la nature exploratoire de la recherche a été privilégiée. Pour rencontrer les entrepreneurs et les non-entrepreneurs, trois sites (municipalités) ont été retenus : **Mekla, Ait-Khelili et Souama.**

Le problème central consiste donc à appréhender les interprétations, les perceptions et l'environnement social qui animent et structurent les comportements des acteurs du développement entrepreneurial en milieu non métropolitain. Aussi, convient-il d'identifier les valeurs socioculturelles chez les acteurs de l'entrepreneuriat, susceptibles d'impulser ou de freiner son élan, considéré comme antidote aux problèmes d'emplois et vu comme instrument du développement local (Fortin, 2002). En plus, il importe de cerner les multiples facteurs (religion, histoire, expérience,..) en relation avec l'entrepreneuriat dans l'environnement concerné. En fait, la réussite dans la lutte contre le chômage en Kabylie nécessite la mobilisation de toutes les ressources disponibles, notamment, au niveau local. Aujourd'hui, les acteurs de l'entrepreneuriat sont censés être conscients plus que jamais des problèmes qui affectent cette région. Ils sont plus que jamais interpellés pour sauver ce qui peut encore l'être en luttant de toutes leurs forces en vue de réconcilier la Kabylie avec les valeurs du travail, de créer les conditions d'un développement durable. Il s'agit ici de savoir qu'il s'agit de disposition d'esprit, de culture, de valeurs, d'éducation, de structure sociale, d'attitudes et de comportement. Une multitude de facteurs influencent et orientent les différents acteurs de l'entrepreneuriat. Ces acteurs, ne sont pas seuls, ils doivent compter avec l'environnement macro-économique et la spécificité de la Kabylie.

Les valeurs sociales renforcent la manière d'agir et d'être d'une personne ou une d'une collectivité. Elles doivent prendre appui sur une structure sociale. Celle-ci comprend la population, des administrations publiques, associatives et privées, des structures décentralisées de décision et d'exécution. Par ailleurs cette structure sociale implique une prédisposition à construire une image positive favorable à l'ancrage de la culture entrepreneuriale. Autrement dit, parmi les variables citées (culture, attitudes et éducation...) on trouve les fondements de l'entrepreneuriat, elles sont ce que la conscience sociale et individuelle commande. Faisant un parallèle à la problématique privilégiée, et dans la logique de cette perspective, nous proposons d'identifier les principaux obstacles et les facteurs socioculturels et de croyances fondamentales qui influencent les comportements des acteurs de l'entrepreneuriat dans la concrétisation de leur mission.

2. - L'entrepreneuriat et son contexte socioculturel

Pour illustrer la relation entre les facteurs socioculturels dans l'entrepreneuriat, Adler (1994), a mis en place, le modèle d'influence de la culture sur le comportement, allant de la culture au comportement en passant par les valeurs et les attitudes. Ce modèle se présente ainsi :



Sur la base des auteurs consultés, il ressort que la culture d'une société ou d'une communauté reflète l'interaction des valeurs, des attitudes et des comportements. Dans une situation donnée, les individus expriment leur culture au travers des valeurs, lesquelles modèlent leurs attitudes et orientent leurs comportements dans un sens déterminé. En retour, les comportements individuels et collectifs influencent la culture et la société toute entière. Les comportements dont il est question ici concernent l'entrepreneuriat un phénomène mondial qui revêt des formes différentes à travers les pays. Ce qui veut dire que, l'environnement culturel affecte le dynamisme de l'entrepreneuriat d'un pays à un autre, voire d'une région à une autre. Davidson (1995), pour sa part, signale que l'impact des variables institutionnelles et macro économiques sur la vitalité entrepreneuriale est modéré par des spécificités culturelles.

La relation entre la culture en général et la disposition à se lancer en affaires ont déjà été l'objet de plusieurs recherches dont celles de Weber (1930) et Tribou (1985). Pour le premier, sa contribution sur la relation entre la religion protestante et le capitalisme, est fort connue alors que le second a travaillé sur l'entrepreneur musulman. Les explications données par différents auteurs à l'égard de la culture et de son influence sur le comportement entrepreneurial nous conduisent à reconnaître que les prédispositions de l'entrepreneur à l'action sont guidées en partie par la culture. Toutefois, il y a lieu de souligner que cette dernière n'est que la résultante d'un ensemble d'idées et de jugements de fait et de valeurs inculqués à l'individu à travers un enseignement dicté et d'un ensemble de perceptions venu de son environnement immédiat ou lointain. Elle est l'ensemble des valeurs implicites et des normes explicites auxquelles l'individu se réfère pour constituer son action. La culture se traduit par ce que nous faisons. Aussi, tout comportement est influencé par l'ensemble des connaissances acquises par l'individu dans la société d'appartenance et de son groupe de référence. Nous pouvons citer la famille, l'école et l'idéologie du milieu. En fait, l'entrepreneuriat est fonction de l'interaction dynamique de caractéristiques individuelles et de facteurs socio-environnementaux. Ceux-ci sont considérés comme éléments constituant la culture. Toutes ces prémisses nous amènent à comprendre

que la culture est un tout. Un tout qui se désigne comme un système de valeurs collectives (Hofstede, 1987).

L'espace choisi pour les fins de notre recherche se rapporte à une partie d'une région historique dans la grande Kabylie non métropolitaine que Cote (1996) décrit ainsi: «Une des régions les plus petites du pays et pourtant qui compte plus d'habitants». Il s'agit bien d'un cas particulier : un ensemble de montagnes accidentées et variées aux potentialités limitées. Jusqu'au 19^{ème} siècle, la culture des oliviers et du figuier tenait la place la plus importante dans les occupations et dans les revenus de la région, le sol et l'exiguïté du territoire sont des contraintes pour toute occupation autre que l'agriculture. Avant les années 1940, la population (les hommes) sillonnaient toute l'Algérie et une partie de la Tunisie exerçant les métiers les plus divers, mais ne se fixaient que très rarement en dehors de la Kabylie. Cette région a été le lieu d'une «culture» propre : la culture kabyle, faite d'une langue (le berbère), une histoire (lutte contre tout «étranger» venu du bas pays), un système de production agricole (à base d'arboriculture), une organisation spéciale (réseau de villages) et une pratique économique (émigration de travail à l'extérieur).

À l'indépendance en 1962, les détenteurs du pouvoir ont opté pour le choix d'un système politique basé sur un parti unique et un modèle économique centralement dirigé. L'État devint le principal entrepreneur et employeur alors que le pays s'est bâti uniquement sur les revenus énergétiques (hydrocarbures). Ce choix politico-économique a provoqué l'éclatement des structures traditionnelles de la société kabyle en l'entraînant dans le système du salariat lors qu'une démographie toujours croissante dépassait de loin les possibilités réelles de la région. Ces phénomènes ont conduit à l'abandon progressif du travail de la terre et des métiers artisanaux. De paysan attaché à sa terre et vivant selon la seule logique du bon sens qu'il en tire, le Kabyle glisse imperceptiblement vers le statut de prolétaire voire dans le statut de lumpenprolétariat. Cette réalité sociale s'est intériorisée et socialisée, pour devenir une donnée naturelle. Ceci étant reconnu, il n'en demeure pas moins que certains traits de la société traditionnelle continue aujourd'hui d'exercer une certaine influence. Par exemple :

- **L'Axxam** est composé de grands-parents, du père, de la mère et de leurs enfants. Trois générations vivent ensemble sous l'autorité d'Amghar (le vieux). Il est le porte-parole de la famille, notamment à la djemaa (tajmat, en français : l'assemblée). Un ensemble de familles (ixxamen) ayant un ancêtre commun compose le taxxarubt ou l'adrum (fraction) dans certains cas.

- **Le Taxarubt** (fraction), est l'extension de la famille élargie. Elle occupe un espace bien défini. Le axarubt'' est l'unité première de référence idéologique. L'ensemble des unités composant Taxarubt partage en commun l'héritage symbolique légué par l'ancêtre en lignée paternelle. L'ensemble de tixarubin (fractions) compose l'adrum (le quartier). Cependant, imsenden ou iberaniyen (familles étrangères) qui se trouvent dans le village, s'insèrent dans les différentes fractions.

L'Adrum (quartier) :

Dans les grandes communautés villageoises, le quartier marque une limite géographique. Ainsi, la structuration qui va de l'Axxam à l'adrum se trouve projetée dans l'agencement des habitations, des tombes au cimetière et jardin. Un ensemble d'iderma (quartiers) forme le **taddart** (le village). Se présente comme une petite république. Il représente le monde des vivants, le monde social, doté d'une organisation socio-économique et politique afin d'assurer sa reproduction physique et sociale.

Il arrive que, pour se défendre ou pour attaquer un ennemi commun, des villages s'unissent et forme l'aârc (tribu) : des tribus se liguant contre l'ennemi commun. Elles sont dissoutes dès que les mêmes conditions qui les ont fait naître cessent d'exister.

Par ordre croissant on obtient : Axxam (famille), axxarub (fraction), adrum (quartier), taddart (village), laârc (tribu), taqbilt (confédération de tribus).

3. Choix méthodologique et épistémologique

L'étude effectuée se situe spécifiquement à l'intérieur d'un courant de recherche exploratoire de type qualitatif. La méthode qualitative

s'appuie essentiellement sur l'induction et l'observation. Comme il s'agit de comprendre une situation particulière propre à un contexte donné, la méthode procède par analogie, métaphores, représentations, de même que par des moyens qui tiennent du discours plutôt que du calcul (Mongeau, 2008). Pour sa part Van der Maren (1997) note que ce type de recherche privilégie la comparaison. Dans notre cas, le volet quantitatif ne pourrait être mis en valeur pour la raison de non disponibilité de données chiffrées au sein des organismes à investiguer. La situation qui prévaut, nous prive donc de l'avantage de la méthode de complémentarité, faute de données statistiques, comme le fait remarquer Van der Maren. Nous avons décidé d'aborder la compréhension et la perception de l'entrepreneuriat au sein de la communauté Kabyle par des entrevues auprès de différents acteurs sous l'angle de l'influence des facteurs socioculturels et de croyances fondamentales. Il s'agit donc de chercher à comprendre ce phénomène revient à tenter de saisir la signification qui lui est conférée dans un milieu donné.

En relation avec une telle problématique et compte tenu du caractère exploratoire de l'étude, nous avons opté pour une approche méthodologique qui ne vise pas à vérifier les hypothèses mais, qui est reliée au contexte particulier et de l'histoire de la région et du peuple Kabyle pour appréhender la façon de comprendre l'entrepreneuriat et les manières de donner du sens au bien-être de la population locale à travers la création d'entreprises et d'emplois (Bourdreau et Arseneault, 1995). C'est ainsi que la perspective développée se rapporte à une perspective qualitative qui s'appuie sur les compréhensions, les opinions, les perceptions, les valeurs, les attitudes et les facteurs de croyances fondamentales qui président à l'ancrage d'un esprit entrepreneurial au sein de la communauté Kabyle.

3.1 L'ethnométhodologie

L'ethnométhodologie s'inscrit dans le courant constructiviste, elle s'attache au réel. Elle se caractérise par l'effort à comprendre un phénomène et non par la volonté de le transformer. L'ethnométhodologie cherche à savoir comment les acteurs produisent leurs mondes, quelles

règles les engendrent et gouvernent le jugement. Elle permet d'analyser les méthodes ou les procédures que les individus utilisent pour mener à bien les différentes opérations qu'ils accomplissent. Elle enseigne le rejet des visions téléguidées, impersonnelles en proposant une nouvelle façon de regarder l'univers, les gens, leurs actions. L'entrevue (conversation) utilisée dans la méthode de recherche ethnométhodologique permet de bien procéder à la compréhension du comportement humain (interaction entre individus).

Pour Garfinkel (1967, 2007), l'ethnométhodologie permet d'apporter une nouvelle compréhension des phénomènes sociaux considérés jusque là comme des objets (des choses), mesurables, que l'on peut prévoir grâce à des statistiques dont on tirera, par induction, des lois utiles à l'organisation. Toujours pour le même auteur, les faits sociaux résultent des accomplissements pratiques des acteurs. L'ethnométhodologie suggère que le chercheur appartienne au village ou de la communauté étudiée¹. Ce dernier étudie non pas un village de l'extérieur comme s'il était invisible, mais à l'intérieur d'un processus dont il fait partie. Le chercheur doit avoir une compréhension plus interne de ce qui se passe, il est plus à même de comprendre la manière dont le sens se construit. Comme le signale Goffman (1991). Le recours au témoignage des acteurs de l'entrepreneuriat s'avère pertinent pour une application de la méthode ethnométhodologique.

3.2 Concepts et postulats de l'ethnométhodologie

Garfinkel (1967) introduit à l'ethnométhodologie le concept de compétence unique (Unique adequacy), pour parler d'une activité et en communiquer les significations. Seuls sont compétents ceux qui la pratiquent. Il introduit également la maîtrise des allants de soi (les mots, comportements que les acteurs utilisent naturellement) d'un groupe comme clés de sa compréhension. Concernant l'action, l'acteur est capable d'adapter son comportement (ad hocing) de façon permanente, il sait comment se comporter dans un groupe et organiser ses rapports

1- C'est le cas pour l'un de co-auteurs. L'autre co-auteur l'accompagne occasionnellement.

avec autrui dont il connaît les finalités, les manières d'être, les tabous. Ce qui implique qu'il peut décrire et commenter ses actions, leur pourquoi, leur comment et analyser celles des autres membres (accountability) (Cicourel, 1979; Lecerf, 1985; Lessard-Hébert, Goyette et Boutin, 1991). L'ethnométhodologie a adopté un autre concept « l'indexicalité » pour rendre compte de l'existence d'une nécessité pour comprendre les échanges, notamment le langage, de les indexer sur des situations locales qui les ont produites. L'exemple de « cela » et « etcætera » qui ne se comprennent qu'en contexte par ceux qui parlent et qui partagent les mêmes significations et possédant un savoir commun, reflète cette indexicalité (Coulon, 1987).

La réflexivité est un autre concept qui présuppose que les activités par lesquelles les membres produisent et gèrent les situations de leur vie organisée de tous les jours sont identiques aux procédures utilisées pour rendre ces situations descriptibles. Elle se positionne explicitement dans le rapport entre action et langage, entre situation et compréhension de la situation. Selon Garfinkel, la réflexivité désigne l'équivalence entre décrire et produire une interaction, entre la compréhension et l'expression de cette compréhension. (Garfinkel, 1967; Cicourel, 1979; Lecerf, 1985).

Quant aux postulats, nous retiendrons ici que les cinq identifiés par Cinnamond (1992) :

Celui qui affirme le caractère constructiviste dans l'interaction sociale en cours. : « L'ordre social est constamment créé, construit et négocié »;

- Le postulat qui considère que le « membre a accès aux règles cachées et connaît le langage utilisé dans les interactions étudiées. Il suppose également que le chercheur soit membre de la même société d'une quelconque façon parce qu'en ethnométhodologie, la compétence première pour livrer le réel, revient au membre de la société étudiée;

- Vient ensuite la règle voulant que l'on porte attention au caractère culturel propre à chaque peuple ou à chaque groupe. Ainsi, au sein de chaque groupe il y a une « forme culturelle » partagée par ses membres mais qui n'est pas un modèle collectif. ;

- Le quatrième postulat concerne la confiance. Cinnamond affirme que la «confiance est un concept clé» pour l'ethnométhodologue. Ce dernier entend la certitude avec laquelle les membres anticipent leurs réactions mutuelles au cours du déroulement de l'interaction qui est une conséquence de leur connaissance mutuelle et réciproque. Il est également confiant que l'ordre social sera maintenu, permettant ainsi à l'interaction en cours de contribuer à sa construction;

- Enfin le dernier postulat concerne le contexte de l'interaction pour sa compréhension et son explication. Il s'agit à la fois de l'indexicalité et de la réflexivité incluses dans la réalité et affirmées par les ethnométhodologues. Cinnamond affirme que la nature réflexive et indexicale de l'interaction et du discours permettent d'avoir accès aux propriétés rationnelles.

Notre terrain à investiguer présente des caractéristiques spécifiques à travers sa culture, ses traditions et ses coutumes. Et selon notre problématique, l'application de quelques uns des postulats de l'éthnométhodologie cités nous permet de mener convenablement notre recherche.

3.3 Déroulement de la collecte de l'information

Du 25 Octobre au 20 Décembre 2009, nous avons recueilli les données relatives à une problématique reliée essentiellement à la dimension perceptuelle sur l'entrepreneuriat chez les acteurs de la communauté concernée. La collecte portait sur les opinions, perceptions, points de vue, et prises de positions positives ou négatives clairement définies par les acteurs de l'entrepreneuriat. Pour ce faire nous avons rencontré, individuellement les personnes ciblées et des fois en groupe de deux ou trois. Les entrevues (de types conversationnels) étaient basées sur la garantie de confidentialité. Le climat de confiance qui régnait avec les acteurs et surtout la disponibilité à participer à la rencontre de conversation autour d'un café a constitué un aspect de première importance. Parfois nous leur avons fixé un rendez-vous dans leur milieu de vie et au moment qui leur convenait même chez eux comme le

recommande Fortin (1997). Lors de chaque rencontre avec un intervenant, nous nous intéressions à son rôle dans le processus d'application du dispositif issu du pouvoir central concernant la création d'un climat favorable à la culture entrepreneuriale dans la région².

Durant la réalisation de cette collecte de données, nous avons été confronté à quelques difficultés mineures dues à la disponibilité de certains acteurs intervenant dans les administrations tels que le chef de Daïra (la sous-préfecture) et ceux œuvrant dans les organismes publics de soutien à l'entrepreneuriat, telle que l'ADL (agence de développement local), l'ANGEM (agence nationale d'emplois), et la CNAC (caisse nationale d'allocation chômage). Les faux bonds pour toutes sortes de raisons, nous ont obligés à réajuster légèrement notre calendrier. Une autre difficulté, concerne le problème de communication et de traduction de l'outil de collecte dans la langue kabyle et Arabe pour ceux qui ne comprennent pas le français ou bien pour des raisons de refus catégoriques de répondre en dehors de sa langue maternelle. Cette situation, nous a obligés encore une fois à la prise de note à la place de l'enregistrement préconisé. Cependant, grâce à la contribution, à la volonté farouche et au dynamisme des personnes de bonne foi, nous avons pu mobiliser des personnes-ressources dont la participation et la collaboration toute au long de la collecte a été précieuse.

4- Analyse des données

4-1 les techniques spécifiques à l'ethnométhodologie

Il importe de décrire en termes de procédures les méthodes employées par les acteurs pour interpréter la structure sociale. Aussi doivent-ils coller au mieux au groupe à étudier, en traduisant les méthodes d'enquêtes très pragmatiques.

Le tracking ou filature renvoie à la nécessité d'acquérir un langage commun et de ressortir ce que le sujet voit. Le chercheur doit alors

2- Les réponses aux questions lors des entrevues formelles et informelles semi-structurées non pas été enregistrées, car, le répondant ne le permettait pas.

se mêler le plus étroitement possible au groupe étudié pour inspirer sa confiance. L'immersion dans le terrain doit être la plus complète.

Le **breaching** ou provocation expérimentale, contribue pour l'essentiel à provoquer des situations inhabituelles qui déstabilisent l'acteur dans sa vision du monde et dans ses préoccupations les plus banales.

L'**analyse de conversation** repose sur une interaction structurée. La contribution des acteurs à l'interaction est de nature contextuelle. Concrètement, cela se traduit par des procédés comme le fait de parler l'un après l'autre, de saluer quelqu'un. Quant à la propriété indexicale, elle s'illustre bien lorsqu'on sort un morceau de conversation de son contexte. Les formes de l'échange déterminent donc sa compréhension qui est interactivement construite. On doit décrire les procédés langagiers et conversationnels employés pour construire l'ordre social et structurer l'interaction.

Sur le plan pratique, les méthodes employées dans le cadre expérimental où on utilise l'entretien, l'observation directe, l'étude des dossiers, des documents administratifs, des enregistrements vidéo, etc.. Cependant, il faut savoir que l'ethnométhodologie ne rejette pas l'analyse quantitative. Cicourel en fait l'apologie dans un de ses ouvrages «*Method and measurement in sociology*». En quelque sorte, avant de se livrer à une analyse quantitative, il faut avoir pratiqué préalablement une eidétique pour ne retenir que les catégories et les faits sociaux essentiels (Cicourel, 1964).

4.2 Exemples de résultats préliminaires

L'analyse des perceptions, opinions et les explications données par les acteurs de l'échantillon a été l'occasion de mieux saisir le phénomène étudié. Cette première analyse a mis en lumière non seulement la problématique étudiée mais elle a aussi permis de révéler les facteurs qui entravent la compréhension de la dynamique entrepreneuriale au sein de la communauté concernée

Les réponses obtenues dans notre analyse par rapport à l'objet de la recherche se présentent comme suit :

Les réponses obtenues dans notre analyse par rapport à l'objet de la recherche se présentent comme suit :

Tableau 1 : La compréhension de l'entrepreneuriat :

Acteurs : Administration et organismes d'appui au DL et E	Nombre	%	Commentaires (Réponses des acteurs)
06 élus (municipalité de Mekla)	06	100	Ne connaît pas, c'est un terme nouveau
03 cadres de l'ANSEJ	03		
02 cadres de l'Angem	02	100	Ce sont des porteurs de projets
01 cadre de la Cnac	01		
01 cadre de l'Adl	01	100	Les trois organismes parlent de l'investissement
Population civile			
03 entrepreneurs	07	100	Leurs réponses donnent une signification d'entrepreneurs en bâtiments.
04 présidents de villages			

Toutefois, après avoir eu à leur expliquer sommairement la signification de l'entrepreneuriat. Nous nous sommes permis de passer aux autres questions dont les suivantes :

A partir de ce que vous dites, Quelles sont vos perceptions sur le développement de l'entrepreneuriat ?

Tableau 2 : Les perceptions

Acteurs : Administration et organismes d'appui au DL et E	Nombre	%	Commentaires (Réponses des acteurs)
06 élus (municipalité de Mekla)	06	100	Le développement doit se faire par chacun de son côté, un comportement alimenté d'agir seul (méfiance).
03 cadres de l'ANSEJ	03		
02 cadres de l'Angem	02	100	Entre autre, c'est une affaire de l'autorité centrale.
01 cadre de la Cnac	01		
01 cadre de l'Adl	01		Idem pour les différents organismes.
Population civile			
03 entrepreneurs	07	100	Le développement est avant tout la disponibilité des autorités à nous aider pour avancer et d'éliminer les lenteurs administratives et le népotisme (piston=connaissance privilégiée) et l'esprit partisane.
04 présidents de villages			

Notre analyse sur les perceptions des acteurs constituant l'échantillon démontre l'unanimité des efforts personnels à fournir par chaque acteur pour créer un climat propice, mais en rang dispersé. (Volonté individuelle) Par ailleurs, ce qu'il y a lieu de signaler c'est le mot « assistanat » qui

revient sans arrêt, ce qui veut dire, l'État est seul capable de tout réaliser (collectivité locale ou bien mairie).

Quelles sont vos opinions sur le développement de l'entrepreneuriat? Comment pouvez m'interpréter le succès et / ou l'échec du développement de l'entrepreneuriat dans votre localité ?

Tableau 3 : Facteurs de succès et d'échec

Acteurs : Administration et organismes d'appui au DL et E	Nombre	%	Commentaires (Réponses des acteurs)
06 élus (municipalité de Mekla)	06	100	L'absence de soutien par l'état, pas de budgets, financement, le climat au sein de la collectivité n'est pas sein, chicane entre élus (l'intérêt partisan, religieux et tribal). Incompétence des porteurs de projets (charité), blocage bancaire.
03 cadres de l'ANSEJ	03	100	
02 cadres de l'Angem	02		
01 cadre de la Cnac	01		
01 cadre de l'Adl	01		
Population civile 03 entrepreneurs 04 présidents de villages	07	100	L'État est responsable du chaos, favoritisme par degré de relation politique, tribale et religieuse.

Toujours dans notre analyse, concernant opinions, perspectives et interprétations, les répondants en totalité évoquent les facteurs entravant l'élan de l'entrepreneuriat à savoir : la précarité des ressources allouées, absence d'honnêtes entrepreneurs, l'individualisme excessif, l'analphabétisme (échec scolaire), le tribalisme (exclusion mutuelle) entre autres le maraboutisme. Ce qui veut dire par les répondants, signifie le manque de fonds financiers, de budgets et d'implication directe des banques pour donner un coup d'accélérateur à l'entrepreneuriat par ricochet au fait que l'État doit tout supporter (Assistanat).

4.3. Les obstacles à l'entrepreneuriat

Nous jugeons opportune de mettre en évidence les obstacles suivant :

- **L'assistanat** : le terme est souvent utilisé pour qualifier un système de redistribution ou de solidarité caractérisé par son manque d'efficacité, dans la mesure où il démotive les individus assistés à faire des efforts pour améliorer leur situation, soit économique ou sociale à l'image des subventions accordées aux entreprises publiques malgré leurs résultats

déficitaires. L'assistanat s'inscrit dans la tendance de l'État à nier la liberté et la responsabilité de l'individu pour le placer dans un état de dépendance permanent, ce qui lui permet de le dominer ou d'en faire son client, par démagogie.

- **Le maraboutisme** : il s'agit d'une forme de différenciation de statut de la part d'une famille noble ou conservatrice (pratiquant la religion musulmane). A chaque événement (fête ou décès) le marabout s'octroie tout les respects et considérations pour valider l'événement. Vénérés comme des saints de leur vivant, ils sont considérés comme intermédiaires entre Dieu et les hommes. Les marabouts sont les détenteurs des vertus de l'ancêtre vénéré. Ils ont le droit au respect et parfois même à l'adoration de la foule. Il se penche sur les manques, les misères et les vœux des gens. Cependant, d'après les acteurs interviewés il est considéré comme un facteur de non coopération.

- **Le financement** : Les acteurs interviewés ont fait allusion à l'absence du marché des capitaux, de banques commerciales susceptibles de répondre aux besoins des entrepreneurs pour le financement de leurs projets. Et, quand il existe, il est limité pour certaines personnes privilégiées. L'offre bancaire souffre de l'absence d'outils de gestion, de la faiblesse des garanties matérielles et de la mauvaise présentation des dossiers de demande de crédit. De ce fait, on remarque une attitude défavorable vis-à-vis du risque à tous les niveaux : au niveau bancaire et au niveau individuel. Les acteurs interviewés soulignent avec insistance le non engagement en tout ou en partie des organismes financiers (banques à dominance publique) dans le processus entrepreneurial. Enfin, aux yeux des acteurs de l'entrepreneuriat, les banques sont en grande partie responsables du marasme économique et social.

- **L'échec scolaire ou décrochage scolaire**): Le chômage des jeunes en Algérie et en particulier dans la Kabylie non métropolitaine est étroitement lié aux carences de l'école, dont les programmes et les formations sont jugés inadaptés au marché algérien du travail. Le rendement interne du système éducatif algérien est tout simplement catastrophique et ne cesse de régresser. Ainsi, chaque année l'école libère des colonnes de jeunes en

échec scolaire qui viennent encombrer le marché du travail en encombrant le marché de l'emploi de jeunes sans qualification.

- **La bureaucratie** : Pour les acteurs enquêtés, la bureaucratie évoque un nombre imposant de formalités et de documents à remplir (paperasse) une influence abusive, la lenteur, l'arrogance du pouvoir administratif, l'arbitraire, le copinage et le népotisme. Autant de facteurs auxquels se rajoutent les tracasseries et le blocage d'information. Or, on sait qu'en sociologie la bureaucratie désigne une organisation caractérisée par des règles procédurales strictes, la division des responsabilités, une forte hiérarchie et des relations interpersonnelles. En Algérie, la bureaucratie reste synonyme d'inefficacité, paresse et dépense inutile.

Conclusion

Pour pouvoir comprendre l'influence majeure des facteurs socioculturels et des croyances fondamentales sur le comportement des acteurs de l'entrepreneuriat et son évolution dans un milieu donné, il faut mener une étude d'investigation sous l'angle de la sociologie entrepreneuriale. C'est pourquoi nous recourons à l'ethnométhodologie comme méthodologie de recherche et d'exploration du milieu entrepreneurial cible.

L'entrepreneuriat a d'abord été analysé comme une activité dépendante de facteurs économiques et largement indépendante de la culture. L'influence de la morale, des normes et des valeurs a singulièrement été négligée. Pourtant, à l'évidence, les opportunités entrepreneuriales se développent ou périssent sur les bases de ce contexte. L'entrepreneuriat apparaît simultanément comme le produit et le producteur d'une culture (Albagli, 1995). Le processus d'entrepreneuriat (création d'entreprises) part de l'identification des besoins, de la détermination des objectifs, de l'analyse des moyens, de l'influence des stimuli provenant de l'environnement et de leur perception, de l'esprit entrepreneurial ainsi que de la ferme volonté de réussir. Cependant, un hiatus peut survenir et compromettre conséquemment la réalisation du projet de création. Ce processus peut être affecté ou compromis par la coexistence d'autres

besoins ou la pression du milieu sociopolitique, socio-économique ou socioculturel.

Il s'avère donc que les comportements qui consistent à créer un climat propice à l'entrepreneuriat s'expliquent par l'analyse des forces qui les régissent. Or, le moteur de toute action est la motivation, celle qui pousse la personne à atteindre les objectifs qu'elle s'est fixée. L'origine des motivations est à la fois interne et externe. De là toute l'importance de la dialectique de la conscience individuelle et de la conscience collective, de l'égoïsme et de l'altruisme. Par une rétroaction, les actions une fois accomplies réagissent sur les valeurs dont elles sont le produit, ainsi que les perceptions de l'environnement socioculturel et de l'environnement tout court. Le sentiment d'avoir agi en conformité avec ses valeurs confirme, s'il en est besoin, de leur pertinence (Rainville, 2001).

L'étude réalisée à ce jour incite à souligner que les contraintes en Kabylie non-métropolitaine sont énormes. Les valeurs, les croyances, les normes particulière à cette région. Enfin, on aura compris que l'objet de cette recherche consiste à faire ressortir les principaux déterminants de l'entrepreneuriat à partir d'un certain nombre d'études sur le sujet en mettant l'accent sur les influences majeures qui touchent les acteurs et leurs impacts sur la culture entrepreneuriale à savoir : les facteurs socioculturels, environnementaux et les croyances fondamentales. Il se dégage que la culture entrepreneuriale est dépendante du comportement des différents acteurs du processus entrepreneurial.

Bibliographie

- Adler, N., (1994), *Comportement organisationnel : une approche multiculturelle*, Ottawa : Éditions Reynald Goulet inc.
- Albagli, C et Henault, G., (2002), *la création d'entreprise en Afrique*
www.bibliotheque.refer.org/livre le 13-12-2002
- Boudreau, C., et Arseneault, A., (1995), *La recherche qualitative : une méthodologie différente*, des critères de scientificité adaptés, Recherches qualitatives, vol. 12, p. 121-119.
- Benko, G. et Lipetez, A. (1992), *Les régions qui gagnent*, PUF, Paris
- Cicourel, A, (1964), *Method and measurement in sociology*, New York, free Press.
- Courlet, C. 2008, *L'économie territoriale*, Grenoble, PUG.
- Coulon, A, (1995), *Ethnomethodology*. Newbury Park: Sage.
- Cote, M ., (1996) *Paysages et patrimoine : guide d'Algérie* Ed. Media-plus Algérie
- Coté, S, Klein, JL, Proulx, MU, (1995), *Et les régions qui perdent?* GRIDEQ –GRIR Chicoutimi, Rimouski.
- Danjou, I., (2000), *L'Entrepreneuriat, un champ fertile à la recherche de son unité*, Cahier de Recherche CDEE, avril 2000.
- Davidson, P, (2003), " the domain of entrepreneurship research: some suggestions in .J
- Ezzy, D.,(2003), *Qualitative Analysis: Practice and innovation*, Routledge.
- Fauré, Y.,(1994), *Petits entrepreneurs de Côte d'Ivoire : des professionnels en mal de développement*, Paris : Karthala.
- Filion, L, (1997), *Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances*, Revue internationale PME, volume 10, no 2, 1997, pp.129-172
- Fayolle A (2004), *Entrepreneuriat apprendre à entreprendre*, Dunod, Paris.

Fortin, A. (2002), *La culture entrepreneuriale un antidote à la pauvreté*, Éditions transcontinentales INC, fondation de l'entrepreneurship du Québec 2002

Gartner, W., (1990)' what are we talking about when we talk about entrepreneurship? "Journal of business venturing, volume 5, 1990, pp, 15-28

Gasse, Y. et A. D'Amours, (2000), *Profession : entrepreneur*, Montréal, Les Éditions Transcontinental inc. et les Éditions de la Fondation de l'entrepreneurship.

Gasse, Y (2002), *L'influence du milieu dans la création d'entreprises*, Dossier organisation et territoires, université Laval.

Garfinkel, H. (2007), *Recherches en ethnométhodologie*, PUF.

Glasser, B. G., Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory*.

Goffman, E. (1991). *Les cadres de l'expérience*, Paris, Minit.

Gumuchian et Pecqueur, (dir.) (2006) *La ressource territoriale*, Paris Economica.

Hofstede, G., (1980), cultures consequences. *International differences in work-related values*. Londo, Sage.

Huberman A, et Miles, M. (1991), *Analyse des données qualitatives: recueil de nouvelles méthodes*, Bruxelles, De Boeck Université, Montréal : Éditions du Renouveau pédagogique.

Julien, PA, (2005), *Entrepreneuriat régional et économie de la connaissance*, Québec, PUQ.

Lecerf, Y. (Dir.) (1985), *Pratiques de formation (analyses) ethnométhodologiques*. Paris, Université de Paris VIII.

Miles MB, Huberman AM, (1994), *Qualitative Data analysis: An expanded source book*, nd Edition, Sage publications, Thousand Oaks, CA.

Mongeau, P., (2008), *Réaliser son mémoire ou sa thèse*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

Rainville, M., (2001), *Pour comprendre les valeurs*, Document de travail, Les Éditions du Machin, dans le cadre du cours EDU 6014 : Formation à distance et développement, Télé-université du Québec (Téluq), session d'hiver 2001.

Tribou, G., (1995), *L'entrepreneur musulman : l'islam et la rationalité d'entreprise*, Paris, l'Harmattan.