

11^{ème} congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

ANALYSE MULTIDIMENSIONNELLE DES CARACTÉRISTIQUES DES ENTREPRENEURS EN ALGÉRIE

Moustafa OUKACI, Université de Bejaia, Laboratoire Economie et Développement (Algérie),
oukaci_m@hotmail.fr & oukaci.moustafa@univ-bejaia.dz

Résumé

L'entrepreneuriat privé est un phénomène récent en Algérie; un corollaire de l'économie dirigiste adoptée à l'indépendance. La transition à l'économie de marché a permis l'émergence d'une nouvelle catégorie d'entrepreneurs, bien que marginalisés de par le passé. On s'intéressera dans cette communication à l'étude exploratoire des caractéristiques des entrepreneurs algériens, dans le contexte de l'ouverture qu'impose le double impératif de l'intégration spatiale et d'enjeux prospectifs. Suite à la restitution des conclusions de certains travaux empiriques, nous avons réalisé une enquête sur un échantillon de 54 entrepreneurs. Une base de données a été constituée dont nous avons appliqué une analyse factorielle des correspondances multiples (AFCM). Les résultats se déclinent par une mise en évidence de certaines uniformités que partagent des groupes d'entrepreneurs; se fondant sur des caractères tels que: un niveau d'instruction élevé, une relative jeunesse, une expérience professionnelle appréciable, un entourage entrepreneurial favorable et une taille d'entreprise très petite.

MOTS-CLÉS: Entrepreneuriat, entrepreneurs, caractéristiques, AFCM, Algérie.

JEL CLASSIFICATION: C4, L26, M22.

ABSTRACT

Private entrepreneurship a recent phenomenon in Algeria, which is also a direct implication of planned economy choice made since the independence. Transition to a market economy has created a new category of private entrepreneurs that was ignored in the past. This paper will focus on the exploratory study of the characteristics of Algerian entrepreneurs, in the context of the openness, imposed by dual imperative of spatial integration and prospective issues. Based on some empirical issues on the subject, we have conducted an investigation sampling 54 private entrepreneurs. A database is implemented for the purpose and an analysis was performed: a multiple correspondence factorial analysis (MCFA). The main results of this study highlight some common factors shared by groups of entrepreneurs like: high level of instruction, relative youth, professional experience, a favorable entrepreneurial environment and finally a small company size.

KEY-WORDS: Entrepreneurship, entrepreneurs, characteristics, MCFA, Algeria.

INTRODUCTION

L'entrepreneuriat est devenu depuis les années 1980 un objet de recherche privilégié de plusieurs disciplines (économie, gestion, sociologie, psychologie...). Le phénomène de la création d'entreprise a pris une importance considérable d'où l'intérêt des chercheurs et des décideurs politiques accordé au rôle de l'entrepreneuriat dans le développement économique et social (Boutillier et Uzunidis, 1994). Le contexte économique international de cette période était caractérisé par la montée du chômage, a donné à l'initiative individuelle entrepreneuriale une nouvelle considération pour apporter des solutions à travers la création d'emplois dans les petites entreprises émergentes.

L'entrepreneur, acteur de cette dynamique, a suscité naturellement l'intérêt des spécialistes du domaine de l'entrepreneuriat (Gartner, Casson, Baumol, Fayolle, Filion...). Leurs recherches se sont axées sur la fonction et le comportement de l'entrepreneur d'une part, et sur ses attributions et caractéristiques d'autre part. L'étude des caractéristiques des entrepreneurs comprend les traits de personnalité, caractéristiques psychologiques ou socio-démographiques, motivations, compétences, origines ou trajectoires sociales. Cependant, il semble que les traits démographiques comme le genre, l'âge, le niveau intellectuel et le type de formation sont les plus déterminants à entreprendre que les traits psychologiques (Bourguiba, 2007).

En Algérie, la place du secteur privé a été marginalisée jusqu' à la fin des années 1980, bien que dans les faits certaines exceptions auraient été sournoisement tolérées. La transition à l'économie de marché a ouvert la voie à l'émergence officielle d'une classe d'entrepreneurs indépendants, qui ont bénéficié d'un cadre institutionnel favorable à l'initiative privée (Loi sur la Monnaie et le Crédit, 1990; Code des investissements, 1993, 2001) et de la libéralisation par l'Etat de certains secteurs économiques (transport, construction, commerce extérieur).

Nous nous sommes donc intéressés aux traits caractéristiques des entrepreneurs privés en Algérie en ayant comme objectif l'étude exploratoire de ces caractéristiques. De nombreux chercheurs sur le sujet : Bouyacoub (1997), Ferfera & Belarbi (2006), Benachenhou (2007), Assassi & Hammouda (2006), Setti (2012) ou Abedou, Bouyacoub et Kherbachi (2012), ont souligné, chacun de son côté, que les entrepreneurs algériens se différencient les uns des autres sur bien des aspects (profil, origine professionnelle, perception de l'activité économique...) mais partagent pour autant des caractéristiques bien précises. Pour cette étude, nous avons posé comme hypothèse principale que les entrepreneurs en Algérie se caractérisent par des traits spécifiques qui les distinguent naturellement du reste de la population (niveau de formation, parcours professionnel, motivations) mais ne forment pas pour autant un groupe homogène.

Pour mener cette recherche, nous avons réalisé une enquête par questionnaire auprès d'un échantillon de 54 entrepreneurs privés exerçant dans la région centre du pays à travers 5 wilayas (départements). Ce choix était motivé par le fait que cette région concentre plus de la moitié des entreprises privées en Algérie et le recours à l'enquête par questionnaire a permis la constitution d'une base de données à partir des réponses des entrepreneurs interrogés pour déceler les caractéristiques les plus essentielles.

La communication est structurée autour de trois parties: une revue de littérature des concepts de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur, des entrepreneurs algériens et leurs caractéristiques, une présentation de la méthodologie de recherche, des données utilisées et de l'investigation empirique menée et enfin des résultats obtenus répartis entre l'analyse descriptive et l'analyse factorielle des correspondances multiples (AFCM), de la discussion des résultats, des limites et des perspectives de la recherche.

1. REVUE DE LITTERATURE

On présentera dans cette première partie les concepts de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur ainsi que les caractéristiques des entrepreneurs algériens tirés des conclusions de certains travaux empiriques sur le sujet.

1.1. Entrepreneuriat et entrepreneurs

L'entrepreneuriat est un phénomène complexe dont la définition a plutôt divisé les spécialistes du domaine qu'elle les a réunis. Cette difficulté de définition trouve son origine dans l'interdisciplinarité du champ d'étude (Fayolle et Filion, 2006) ainsi que dans la diversité de ses approches méthodologiques. Le passage suivant illustre parfaitement cette situation: « *L'entrepreneuriat est étudié sous plusieurs angles (entrepreneur, processus, création d'entreprise, créateur, perspective stratégique) et appréhendé par différentes disciplines: psychologie, sociologie, économie, gestion, management des hommes (Baronet, 1996; Bruyat, 1993; Verstraete, 1999). Cette diversité des problématiques et des domaines de recherche rend une tentative de synthèse illusoire...* » (Deschamps, 2000, p.67). Ajoutons à cela, la relative jeunesse de ce domaine de recherche et qui date seulement des années 1980 du siècle passé. Par ailleurs, il est recommandé d'étudier l'entrepreneuriat d'un point de vue global et multidisciplinaire et non pas d'un angle bien précis.

L'entrepreneuriat est un phénomène qui combine un individu et une organisation, cependant, il faut distinguer l'entrepreneur (un individu) de l'entrepreneuriat (dialectique individu-organisation) bien que la frontière entre les deux concepts est extrêmement floue (Gartner, 1990). Cette combinaison est au centre d'une des définitions du concept de l'entrepreneuriat: « *L'entrepreneuriat est défini comme le champ qui étudie la pratique des entrepreneurs. Il est*

concerné par leurs activités, leurs caractéristiques, par les effets économiques et sociaux de leur comportement » (Fillion, 1997, p.23).

La recherche en entrepreneuriat se focalisait souvent sur trois approches:

- L'approche fonctionnelle qui privilégie l'action et qui associe l'entrepreneuriat à l'innovation. C'est Schumpeter (1911, 1935) qui est considéré comme son précurseur.
- L'approche descriptive qui préconise que l'entrepreneur dispose de qualités et de compétences requises pour exercer les fonctions de création, de développement et d'application.
- L'approche économique qui met en évidence le rôle des entrepreneurs dans le développement économique (Boutillier et Uzunidis, 1995, 1999).

Le concept de l'entrepreneur recouvre une multitude de situations et de réalités et son acception diffère selon l'approche ou la discipline qu'on l'utilise, où selon Casson (1991), il n'existe aucune théorie de l'entrepreneur qui fasse l'unanimité au sein de la communauté scientifique. C'est R. Cantillon qui a fait entrer l'entrepreneur dans la théorie économique dans son traité *« Essai sur la nature du commerce en général »* en distinguant les entrepreneurs, personnes à gages incertains dont le revenu relève du risque et de l'incertitude et les rentiers qui tirent des bénéfices de leur rente. Il a décrit l'entrepreneur comme un agent de direction de la production et du commerce et qui supporte seul les risques liés aux contraintes du marché et aux fluctuations des prix. Les éléments essentiels de l'analyse de Cantillon sont incertitude et risque donc l'entrepreneur est positionné dans une situation d'asymétrie d'information.

Nous proposons la définition de l'entrepreneur de Fillion (1997, p.19) qui nous semble exhaustive : *« Un entrepreneur est une personne imaginative, caractérisée par une capacité à fixer et à atteindre des buts. Cette personne maintient un niveau élevé de sensibilité en vue de déceler des occasions d'affaires. Aussi longtemps qu'il/elle continue d'apprendre au sujet d'occasions d'affaires possibles et qu'il/elle continue à prendre des décisions modérément risquées qui visent à innover, il/elle continue à jouer un rôle entrepreneurial »*.

Cela n'enlève rien de la difficulté de cerner le concept de l'entrepreneur, mais seulement d'essayer de l'approcher selon l'angle que l'on veut étudier car pour Tounes et Fayolle (2006, p.27): *« les différents visages de l'entrepreneur viennent des contingences spatiales et pas seulement temporelles »*. Le concept de l'entrepreneur doit être approché en fonction des mutations socio-économiques et dans des contingences spatio-temporelles. Mais pour dégager le rôle de l'entrepreneur avec plus de netteté, il faut que le développement économique soit considéré dans une perspective historique car à chaque stade du développement du capitalisme, correspond un type particulier d'entrepreneur.

Historiquement, l'entrepreneur est défini selon deux approches: une approche fonctionnelle ou comportementale (ce qu'il fait) et une approche caractéristique ou déterministe (ce qu'il est).

1.1.1. Approche fonctionnelle ou comportementale

Elle met l'accent sur les actions de l'entrepreneur, ce qu'il fait et sur son comportement (Gartner, 1989, 1990). Il se définit par l'ensemble des activités qu'il réalise pour créer une organisation (entreprise), son projet entrepreneurial et sa stratégie pour réussir. Il perçoit une opportunité d'affaire et crée une entreprise pour la saisir en cherchant le profit. L'ensemble de ces étapes représente le processus entrepreneurial et l'entrepreneur joue un rôle essentiel dans son déclenchement à travers sa volonté de changer les choses ou de proposer du nouveau.

1.1.2. Approche caractéristique ou déterministe

Elle se focalise sur ce qui est l'entrepreneur et qui est au centre de l'analyse. Elle s'intéresse aux recherches qui tendent à identifier les caractéristiques personnelles des entrepreneurs (Shaver et Scott, 1991): traits de personnalité, caractéristiques psychologiques, caractéristiques socio-démographiques, motivations, compétences, origines ou trajectoires sociales (Boughattas-Zrig, 2011), habilités et réseaux et enfin rôle de l'innovation. L'objectif de cette approche est d'établir un profil-type d'entrepreneur ayant des caractéristiques spécifiques et empiriquement démontrées.

De nombreux auteurs ont souligné les caractéristiques essentielles propres à l'entrepreneur: prise de risque et d'initiative (Cantillon), combinaison des moyens de production (Say), innovation (Schumpeter et Drucker) et coordination (Casson), créativité, besoin d'autonomie, désir de réussite, propension à prendre des risques et la détermination. La critique adressée à cette approche consiste dans la difficulté de généraliser les caractéristiques des entrepreneurs à l'ensemble de la population du fait de la singularité et de la complexité des individus qui forment cette population et qui ne sauront être confinés dans un unique profil-type. En plus, selon Bourguiba (2007), il semble que des traits démographiques comme le genre, l'âge, le niveau intellectuel et le type de formation sont plus déterminants à entreprendre que des traits psychologiques.

1.2. Caractéristiques des entrepreneurs algériens

L'entrepreneur en Algérie est un personnage nouveau. Avant la transition vers l'économie de marché à partir de 1989, le secteur privé était toléré jusqu'en 1982, encadré par le monopole de l'Etat sur le commerce extérieur puis libéré à partir de 1988. Son développement s'est toujours réalisé à l'ombre du secteur public essentiellement dans l'industrie de consommation finale (textile, alimentaires) et la construction (Benachenhou, 2007). Cependant, les entrepreneurs algériens de cette période étaient caractérisés par une hétérogénéité prononcée sur leurs

contours économiques et sociologiques ¹(Henni, 1993 ; Boukhobza, 1989 ; Liabès, 1984 ; Pennef, 1981).

Même avec les réformes économiques qui ont accompagné la transition à l'économie de marché, les entrepreneurs en Algérie ne forment pas une catégorie homogène (Bouyacoub, 1997) et se différencient dans leurs perceptions de l'activité économique, leurs points de vue de projets de sociétés auxquels ils aspirent, leurs profils ou le mode de fonctionnement de leurs entreprises. Toutefois, ils partagent certaines caractéristiques qui les différencient naturellement des autres catégories de la population. Selon Bouyacoub (1997), ces caractéristiques peuvent être une relative jeunesse, un niveau d'instruction élevé, une longue expérience de travail, une origine professionnelle diversifiée à dominante publique, une origine familiale souvent favorable et enfin un taille d'entreprise très petite (moins de 10 salariés).

A partir des années 2000, la création d'entreprises en Algérie s'est fortement accélérée et actuellement, le pays compte un peu plus d'un demi-million d'entreprises privées². La majorité de ces entreprises a été créée par des entrepreneurs indépendants qui ont saisi les opportunités qu'offrait la conjoncture économique, consécutive à l'accroissement des recettes pétrolières, ce qui a induit la hausse des dépenses publiques et le développement de la consommation des ménages, d'où l'essor et la croissance de l'entreprise privée en Algérie (Benachenhou, 2007). Et bien que le classement annuel de la Banque Mondiale sur le climat des affaires (Doing Business) classe l'Algérie dans une position peu favorable (166^{ème} place sur 190 pays pour 2018), nous estimons que le pays a fait des progrès significatifs dans le domaine de l'entrepreneuriat et de la création d'entreprises tenant compte des spécificités de l'économie algérienne.

Une analyse des caractéristiques des entrepreneurs algériens peut paraître difficile car le phénomène entrepreneurial est relativement récent mais aussi à cause du poids élevé du secteur informel dans l'économie.

Deux études sur les caractéristiques des entrepreneurs réalisées au milieu des années 2000 (Ferfera & Belarbi, 2006, Assassi & Hammouda, 2006) ont donné un aperçu sur les traits et les profils des créateurs d'entreprises. Globalement, il en ressort que les créateurs issus du secteur public réussissent mieux (Ferfera & Belarbi, 2006, p.09). Et cela s'explique par le fait que la transition à l'économie de marché était une opportunité pour une partie des cadres du secteur

¹ Voir à ce propos A. Bouyacoub, « *Les nouveaux entrepreneurs en Algérie en période de transition : la dimension transnationale* », Cahiers du CREAD N°40, 2^{ème} Trimestre 1997, pp. 105-119.

² Selon le bulletin d'information statistique N°30 de Mai 2017 du Ministère de l'Industrie et des Mines, le nombre des entreprises privées est de 575 906 entreprises au 31/12/2016.

public qui ont aussitôt lancé leurs affaires en créant des nouvelles entreprises dans les secteurs où l'Etat s'est désengagé (industries, transport,...).

Les entrepreneurs algériens sont plutôt des hommes relativement âgés qui ont commencé à travailler assez jeunes et qui vivent dans les grands centres urbains. Ils sont mariés et chefs de leur ménage. Le niveau d'instruction des entrepreneurs est élevé, la majorité n'a pas suivi une formation professionnelle. Concernant le secteur d'activité, la répartition des entrepreneurs est équilibrée, avec un avantage au secteur de commerce (1/3). Ce résultat est logique car le recours à l'importation a favorisé l'émergence des commerçants en gros et ceux en détail, au détriment d'une activité productive. Enfin, les entrepreneurs travaillent dans le système formel dont plus de deux tiers (2/3) disposent d'un registre de commerce et sont affiliés à une caisse de sécurité sociale (Assassi & Hammouda, 2006, p.10).

Une autre enquête plus récente, celle du Global Entrepreneurship Monitor (GEM) pour l'Algérie, menée entre 2009 et 2012³, a donné davantage d'informations sur l'entrepreneuriat et sur les caractéristiques des entrepreneurs en particulier. Elle a été menée selon le cadre conceptuel du GEM et a concerné un échantillon de 3500 personnes de la population. Les résultats de cette enquête rejoignent en partie les conclusions déjà établis sur le profil des entrepreneurs algériens, néanmoins, ils en donnent une vision plus détaillée de l'activité entrepreneuriale, et pas seulement sur les entrepreneurs.

Ainsi, les secteurs d'activité des PME créées par les entrepreneurs se concentrent dans les services et commerce avec 46,75% et bâtiments et travaux publics (BTP) avec 35,14%, ce qui confirme la tendance des entrepreneurs à investir dans des secteurs à forte valeur ajoutée (commerce). Pour ce qui est du secteur du BTP, le résultat s'explique par la dynamique créée par les pouvoirs publics pour la dotation du pays des infrastructures de base, financées en grande partie par les recettes des hydrocarbures, ce qui a induit naturellement une hausse des créations d'entreprises dans ce secteur même si des entreprises étrangères ont eu leurs parts de marché. Pour le profil de l'entrepreneur, l'enquête a montré qu'il devient de plus en plus un entrepreneuriat de jeunes. En effet, les catégories d'âges 25-34 ans et 35-44 ans dominent l'activité entrepreneuriale et la tendance est à son renforcement. Cela peut être expliqué par le chômage élevé qui caractérisent cette tranche de la population en Algérie (près d'un jeune sur quatre), d'où le recours à l'entrepreneuriat comme une alternative à l'emploi salarié. Mais aussi par la structure démographique de la population dominée par les jeunes. Le niveau d'instruction

³ L'Algérie a participé à trois enquêtes du projet GEM en 2009, 2011 et 2012 dont les résultats sont établis dans le rapport de 2012 et qui fait l'objet de cette partie. (Voir à ce propos : *Abedou A. Bouyacoub A, Kherbachi H, (2012). L'entrepreneuriat en Algérie, 2009/2012, Rapport GEM Algérie 2012*).

des entrepreneurs est relativement élevé (universitaire ou de formation professionnelle) donc la structure de l'entrepreneuriat commence à changer en faveur des diplômés, enfin, les hommes sont plus nombreux que les femmes à s'impliquer dans une activité entrepreneuriale (Abedou, Bouyacoub et Kherbachi, Rapport GEM Algérie, 2012).

2- METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

L'objectif de la présente recherche étant l'étude exploratoire des caractéristiques de l'entrepreneur en Algérie, et pour répondre à la problématique posée, nous avons opté pour une enquête par questionnaire. Ce choix est motivé par la nature de la démarche méthodologique adoptée en plus le questionnaire nous permet d'avoir une appréciation directe des entrepreneurs interrogés quant à leur perception de l'activité entrepreneuriale. Pour la technique de l'échantillonnage, nous l'avons utilisée pour une raison évidente, à savoir l'impossibilité d'interroger l'ensemble des entrepreneurs ciblés par l'enquête donc nous avons essayé de prendre un échantillon le plus représentatif possible.

La population de l'étude est constituée des entrepreneurs privés déjà établis en Algérie et qui exercent leurs activités au moment de l'enquête. Nous nous sommes référés aux données contenues dans le bulletin d'information périodique émis par le Ministère de l'Industrie et des Mines en Algérie⁴. Cependant, nous avons ciblé quelques wilayas (départements) de la région centre du pays du fait qu'elle regroupe plus de la moitié des entreprises privées. L'échantillon du départ est constitué de 100 entreprises et les wilayas concernées par l'enquête sont Alger (la capitale, 25 entreprises), Bejaia (25 entreprises), Bouira (20 entreprises), Tizi-Ouzou (15 entreprises), et Boumerdes (15 entreprises).

L'enquête réalisée entre Novembre 2017 et Avril 2018 a permis la constitution d'un échantillon de 54 entreprises et donc d'entrepreneurs privés, soit un taux de réponses de 54%, et répartis sur les 5 wilayas ciblées comme suit: Alger (14 entreprises), Bejaia (20 entreprises), Bouira (07 entreprises), Tizi Ouzou (07 entreprises) et Boumerdes (06 entreprises). Nous avons essayé de respecter la répartition des entreprises privées de la population mère dans l'échantillon que ce soit la taille des entreprises ou leur secteur d'activité. Ainsi, l'échantillon est constitué de 26 TPE (très petite entreprise: 48%), 14 PE (petite entreprise: 26%), 6 ME (moyenne entreprise: 11%) et 8 GE (grande entreprise: 15%), ce qui indique que toutes les catégories des tailles sont présentes. Pour le secteur d'activité, l'échantillon comprend 23 entreprises dans l'industrie (42%), 20 entreprises dans les services (38%) et 11 entreprises dans le BTPH (20%), ce qui

⁴ Le bulletin d'information statistique N°30 de Mai 2017 du Ministère de l'Industrie et des Mines en Algérie.

donne globalement une relative représentativité des trois secteurs dominants de l'entreprise privée algérienne⁵. Cependant, force est de reconnaître que l'échantillon obtenu est peu représentatif par rapport à la région ciblée par l'enquête malgré que le taux de réponse est plus au moins acceptable (plus que la moitié), par conséquent, la généralisation des résultats est à prendre avec précaution.

Le questionnaire que nous avons utilisé porte sur les caractéristiques des entrepreneurs interrogés et comporte des questions relatives à la problématique. Il est divisé en trois volets. Le premier volet concerne l'identification de l'entreprise créée par l'entrepreneur (année de création, forme juridique, secteur d'activité, effectif employé), le second volet se consacre au profil de l'entrepreneur (âge, genre, niveau de formation, statut avant de devenir entrepreneur); le troisième volet traite de l'environnement de l'entrepreneuriat (Formations, motivations, facteurs favorisant l'entrepreneuriat).

L'établissement du questionnaire a été rendue possible à partir de la revue de littérature sur les caractéristiques des entrepreneurs, des enquêtes précédemment réalisées en Algérie notamment celle du GEM mais aussi des questionnaires de thèses traitant de la problématique de l'entrepreneuriat et des entrepreneurs.

Les variables utilisées et leurs modalités respectives sont présentées dans le tableau ci-après.

Tableau N° 1: Intitulés des variables et leurs modalités

Variable	Intitulé de la variable	Modalités de la variable
ANC	Année de création	1 : 1990-2000, 2 : 2000-2010, 3 : A partir de 2010
FMJ	Forme juridique	1 : SARL, 2 : SPA, 3 : Autre
SEC	Secteur d'activité	1: BTPH, 2 : Industrie, 3 : Services
EMPL	Effectif employé	1 : TPE, 2 : PE, 3 : MGE
AGE	Age de l'entrepreneur	1 : 20 ans-30 ans, 2 : 30 ans-40 ans, 3 : 40 ans-60 ans
SMAT	Situation matrimoniale	1 : Célibataire, 2 : Marié
GENR	Genre de l'entrepreneur	1 : Masculin, 2 : Féminin
ENTG	Entourage entrepreneurial	1 : Famille, 2 : Collègues, 3 : Absence d'entourage
STAV	Statut avant d'entreprendre	1 : Salarié Public, 2 : Salarié Privé, 3 : Etudiant/Chômage
TEMP	Temps passé comme employé	1 : - de 5ans, 2 : + de 5ans, 3 : Néant
NIVF	Niveau de formation	1 : Secondaire, 2 : Supérieur, 3 : Formation professionnelle
FORM	Formations pour entreprendre	1 : Création d'Ets, 2 : Accompagnement, 3 : Absence de formations
MOTV	Motivations pour entreprendre	1 : Responsabilité et prise de risque, 2 : Emploi, 3 : Opportunité d'affaire

⁵Selon le bulletin d'information statistique N°30 de Mai 2017, le secteur des services concentre 52,52% du total des PME privées, celui du BTPH 30,34% et le secteur de l'industrie 15,56%

FACR	Facteurs favorisant l'entrepreneuriat	1 : Conjoncture économique, 2 : Climat des affaires favorables, 3 : Caractéristiques du territoire
------	---------------------------------------	--

Source : établi par nos soins à partir du questionnaire de l'enquête.

3. RESULTATS ET DISCUSSION

La présentation des résultats se décline en deux étapes : une analyse unidimensionnelle (statistiques descriptives) et une analyse multidimensionnelle (analyse factorielle des correspondances multiples) de la base de données issue de l'enquête.

3.1. Analyse unidimensionnelle

Les résultats que nous avons obtenus sont en partie en adéquation avec ceux des enquêtes déjà réalisées et cela en tenant compte de la progression du nombre des entreprises privées. Ainsi, la majorité des entrepreneurs enquêtés (68%) sont relativement jeunes dont la tranche d'âge se situe entre 20 et 40 ans avec une certaine catégorie qui ne dépasse pas 50 ans. Cela renseigne sur le fait que les jeunes en Algérie ont tendance à entreprendre et n'attendent pas l'Etat pour leur garantir un emploi salarié, et confirme les conclusions des enquêtes du GEM pour l'Algérie (2009, 2011 et 2012) sur l'implication élevée des jeunes dans l'activité entrepreneuriale.

Concernant le niveau de formation des entrepreneurs, l'enquête a montré que la majorité d'entre eux ont soit un niveau de formation supérieur (53%), soit de formation professionnelle (25%). Cela ne signifie pas pour autant que ceux qui n'ont pas un niveau d'instruction élevé n'entreprennent pas, au contraire, l'échantillon enquêté comprend toute les catégories des entrepreneurs quel que soit leur niveau de formation. Pour ce qui de l'entourage de l'entrepreneur, les résultats indiquent que la majorité des entrepreneurs (75%) ont un entourage entrepreneurial favorable, constitué des parents et des autres membres de la famille, des amis ou des anciens collègues de travail.

Pour ce qui est du statut de l'entrepreneur avant la création de son entreprise, nous avons remarqué qu'une bonne partie des entrepreneurs enquêtés (42%) vient du secteur privé, c'est-à-dire qu'ils étaient employés dans des entreprises privées et ont décidé par la suite de lancer leurs propres affaires. Il y a également des anciens salariés du secteur public (20%) qui ont déjà de l'expérience dépassant parfois les cinq années et qui ont profité de la transition du pays à l'économie de marché pour devenir des entrepreneurs. Enfin, une catégorie d'étudiants ou de sans emploi est devenue entrepreneur par nécessité pour avoir un emploi salarié, cependant, cette enquête montre plutôt que l'entrepreneuriat en Algérie est un entrepreneuriat d'opportunité qu'un entrepreneuriat de nécessité.

Un autre aspect de cette enquête met en évidence les motivations des entrepreneurs, les réponses qui reviennent ont trait souvent à la saisie d'une opportunité d'affaires (22,2%) ou être

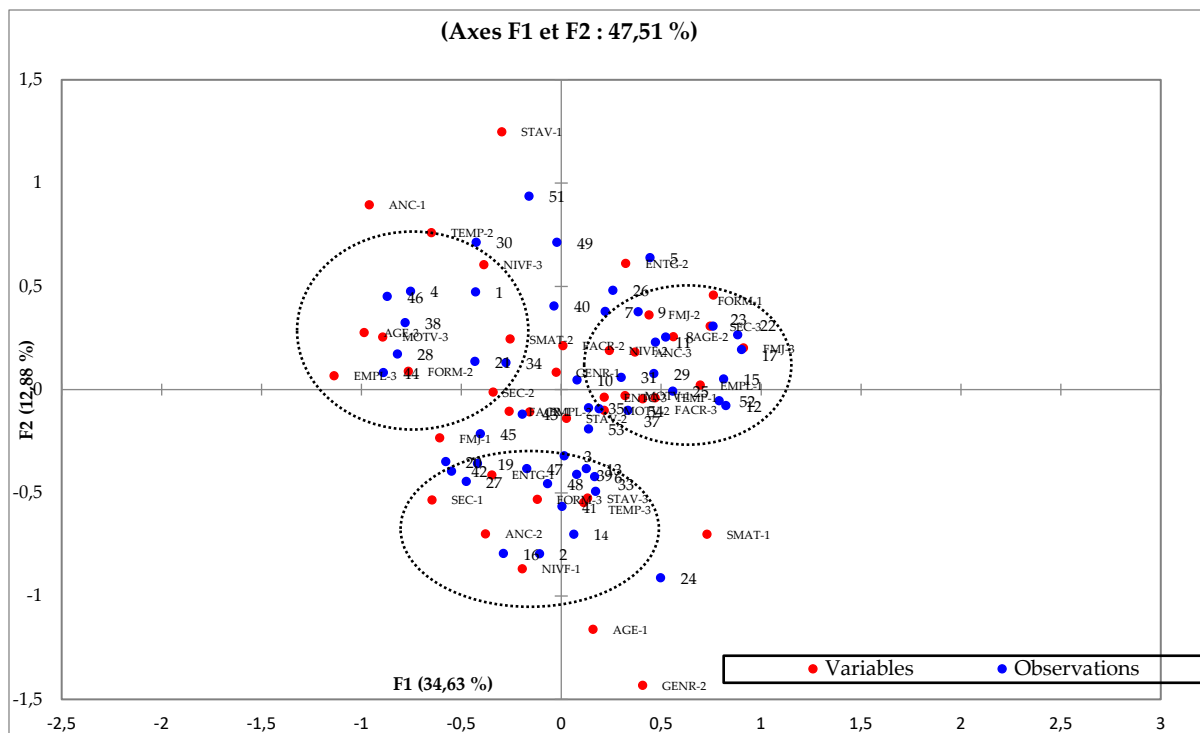
autonome sur le plan financier (29,6). Cela confirme que les opportunités qu'offre le marché national demeurent un moteur important pour l'entrepreneuriat et la création d'entreprises, en plus, le fait de penser à garantir une autonomie financière est un signe du désir de la population à s'émanciper de la dépendance à l'emploi salarié et de la tutelle du secteur public par le passé. C'est également une aspiration à jouer un rôle prépondérant dans la société en ayant une reconnaissance sociale, même si ce dernier aspect est, à notre avis, beaucoup lié à la création d'emploi et la résorption du chômage qu'au prestige ou autre distinction.

Cependant, il y a lieu de souligner que la notion de prise de risque pour entreprendre est faible chez les entrepreneurs algériens, du moins ceux ayant répondu à l'enquête (29%) et cela se manifeste déjà dans les secteurs d'activité qu'ils préfèrent exercer à savoir les services (le commerce en particulier) et la construction (BTPH). Cela est dû, à notre avis, à la faible présence d'une culture entrepreneuriale ancrée dans la société algérienne d'un côté, à l'instabilité du cadre réglementaire d'un autre côté.

3.2. Analyse multidimensionnelle

L'analyse factorielle des correspondances multiples (AFCM) ou ACM est une méthode de description statistique multidimensionnelle d'un tableau de données qualitatives qui permet de représenter graphiquement les similitudes entre les individus et entre les modalités des variables qualitatives. Dans le cas de cette enquête sur les caractéristiques des entrepreneurs en Algérie, le recours à la technique de l'AFCM va permettre de donner une appréciation sur les rapports entre les entrepreneurs d'un côté, et leurs caractéristiques essentielles d'un autre.

Figure N° 1: Graphique symétrique des variables et des observations.



Source: AFCM, 2018

La représentation graphique des variables (représentées par les différentes modalités) et des observations (représentées par les 54 entrepreneurs) montre l'existence de trois (03) groupes distincts: deux groupes opposés sur l'axe F1 et un groupe sur l'axe F2. Chacun des trois groupes est constitué d'un nombre d'entrepreneurs avec des caractéristiques spécifiques dont nous allons présenter les éléments les plus essentiels en s'appuyant sur le tableau ci-après.

Tableau N° 2: Groupes de variables et des observations sur les axes factoriels

Groupes et axes	Variables/modalités	Contribution (%)	Cosinus carrés /1	Valeurs test / 2	Observations (entrepreneurs)
Groupe I Axe F1	AGE 2	4,72	0,32	4,08	7, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 17, 22, 23, 26, 29, 31, 35, 37, 52, 54 Soit (17 entrepreneurs)
	SEC 3	6,18	0,33	4,16	
	NIVF 2	0,93	0,07	1,88	
	EMPL 1	6,99	0,45	4,88	
	FORM 1	6,11	0,31	4,08	
	TEMP 1	2,09	0,10	2,32	
	FACR 3	1,39	0,06	1,84	
	MOTV 1	0,91	0,04	1,51	
	ENTG 3	0,34	0,01	0,88	
Groupe II Axe F1	EMPL 3	10,01	0,45	-4,89	1, 4, 21, 28, 30, 34, 44, 46 Soit (8 entrepreneurs)
	FORM 2	5,17	0,25	-3,60	
	AGE 3	9,16	0,45	-4,86	
	MOTV 2	0,67	0,04	1,51	
	NIVF 3	0,91	0,04	-1,42	
	SEC 2	1,47	0,09	-2,13	
	TEMP 2	3,74	0,18	-3,06	
	NIVF 1	8,04	0,26	-3,73	14,81% de l'échantillon

Groupe III Axe F2	FORM 3	4,09	0,15	-2,84	2, 3, 6, 13, 14, 16, 19, 20, 27, 33, 39, 41, 42, 47, 48 Soit (15 entrepreneurs) 27,77% de l'échantillon
	STAV 3	4,22	0,16	-2,93	
	TEMP 3	4,79	0,19	-3,17	
	ENTG 1	3,12	0,14	-2,68	
	ANC 2	5,95	0,20	-3,29	
	SEC 1	2,39	0,07	-1,96	

Source: réalisé à partir de l'AFCM, 2018

Le groupe I sur l'axe F1 est constitué de 17 entrepreneurs qui partagent des caractéristiques communes que nous déduisons à partir des valeurs tests significatives des modalités des variables dans le tableau précédent. Ainsi, les entrepreneurs de ce premier groupe se caractérisent par un âge compris entre 30 et 40 ans, une taille de l'entreprise très petite avec moins de 10 employés. Leur secteur d'activité est les services et les entrepreneurs ont travaillé moins de 5 années avant de créer leur propre entreprise, en plus, ils ont pu bénéficier des formations en création d'entreprises avant d'entreprendre.

Le groupe II sur l'axe F1 est constitué de 8 entrepreneurs qui sont plutôt âgés, entre 40 et 60 ans, exerçant dans le secteur de l'industrie et ayant des effectifs importants qui se situent entre 50 employés et 250 employés. Ils ont suivi des formations en accompagnement entrepreneurial une fois leur entreprises sont créés. Le niveau de formation de ces entrepreneurs est de formation professionnelle et ils ont travaillé plus de 5 années comme employés avant de devenir entrepreneurs indépendants ou privés. Cette catégorie d'entrepreneurs est issue du secteur public et qui a profité de l'ouverture économique au début des années 1990 et l'encouragement du secteur privé pour se lancer en affaires.

Le groupe III sur l'axe F2 est constitué de 15 entrepreneurs ayant un niveau de formation secondaire et qui activent dans le secteur de la construction (BTPH). Avant qu'ils deviennent entrepreneurs, ils étaient, soit en étude, soit en situation de sans emploi, donc ils n'ont pas déjà travaillé comme employé que ce soit au secteur public ou privé. Leur entourage entrepreneurial est constitué de leurs parents et proches de la famille qui sont entrepreneurs et qui ont influencé naturellement leurs choix d'entreprendre. Enfin, ces entrepreneurs n'ont pas suivi aucune formation en entrepreneuriat ou en création d'entreprises. Cependant, force est de reconnaître que les groupes qui ressortent de l'analyse sont de petite taille et cela est due à la taille de l'échantillon qui est petite également.

3.3. Discussion des résultats

Les résultats obtenus à partir de l'enquête réalisée ont montré que les entrepreneurs algériens possèdent certaines caractéristiques qui les distinguent du reste de la population. Ils sont en majorité âgés entre 30 et 40 ans, leur niveau de formation est relativement élevé, soit supérieur

ou en formation professionnelle. La taille de leurs entreprises est très petite avec moins de 10 salariés et exercent dans les secteurs de la construction, l'industrie mais surtout les services. Ils ont une origine professionnelle plus au moins longue dans le secteur public ou privé avant de devenir entrepreneurs à leurs comptes et disposent pour certains d'entre eux, d'un entourage entrepreneurial favorable.

Cependant, l'analyse approfondie des données de l'enquête a montré que les entrepreneurs de l'échantillon ne forment pas pour autant une catégorie homogène et se différencient sur bien des aspects. Ce qui confirme en partie l'hypothèse que nous avons formulée suite à la problématique posée au début de cette étude. En effet, nous avons pu établir l'existence de trois groupes d'entrepreneurs dont les caractéristiques sont distinctes malgré qu'il s'agisse plutôt de différences sur certaines modalités. Ainsi, les entrepreneurs divergent dans leur niveau de formation entre le supérieur ou le secondaire par exemple, la taille de leurs entreprises où il existe une catégorie qui emploient plus de 250 employés. Ils se différencient également par leur origine professionnelle entre ceux qui ont une longue expérience dans le secteur public et ceux qui n'ont jamais exercé avant de devenir entrepreneurs, ce dernier élément implique naturellement une différence dans la tranche d'âge des entrepreneurs et dans la perception qu'ils ont de l'activité entrepreneuriale et du monde des affaires en Algérie.

Les résultats obtenus de ce travail sont en adéquation avec ceux déjà cités par d'autres recherches sur les caractéristiques des entrepreneurs en Algérie. Ainsi, en se comparant à l'étude du GEM de 2012 pour l'Algérie, nous partageons le fait que les entrepreneurs sont en grande partie jeunes, que leur niveau d'instruction est élevé, la taille de leurs entreprises est très petite et leurs secteurs d'activité les plus prisés sont les services et la construction, donc sans prise de risque et à forte valeur ajoutée. Par contre, nous constatons que par rapport à l'étude menée par Ferfera & Belarbi (2006) ou celle d'Assassi & Hammouda (2006), nous divergeons sur la catégorie d'âge des entrepreneurs, et qui était dans les années 2000 relativement plus âgés pour entreprendre. Mais cela a changé depuis vers un entrepreneuriat de plus en plus de jeunes, un constat confirmé par l'étude du GEM de 2012 pour l'Algérie et par l'enquête que nous avons réalisée pour élaborer cette recherche. Nos résultats confirment également le caractère non homogène de la catégorie des entrepreneurs algériens et rejoignent en partie Bouyacoub (1997) sur la différence de leurs profils et leurs caractéristiques, bien que les autres divergences soulignés par cet auteur (perceptions de l'activité économique, points de vue de projets de sociétés, mode de fonctionnement de leurs entreprises) n'aient pas fait objet d'une vérification empirique dans le cadre de ce travail donc nous nous pouvons en aucun cas en faire un commentaire.

Enfin, nous pouvons souligner que cette recherche comporte certaines limites et insuffisances. Ainsi, l'échantillon de l'enquête souffre d'une représentativité relative par rapport à l'ensemble des régions du pays qui concentre l'activité entrepreneuriale privée. Ajoutons à cela, la taille de l'échantillon qui est de 54 entrepreneurs, ne permet pas une généralisation des résultats sur l'ensemble de la population concernée par l'étude. Malgré cela, nous estimons tout de même que cet essai de déterminer les caractéristiques des entrepreneurs en Algérie et les résultats qui en découlent, peuvent nous mener à proposer de nouvelles pistes de recherche en s'intéressant à d'autres aspects liés aux entrepreneurs comme la compétence, l'intention ou la culture entrepreneuriale.

CONCLUSION

Ce travail a pour objet d'appréhender les fondements l'entrepreneuriat en Algérie et d'explorer les caractéristiques des entrepreneurs privés. Nous l'avons réalisé en confrontant les résultats d'une enquête réalisée auprès d'un échantillon de 54 entrepreneurs de la région centre du pays, avec les conclusions de certaines études empiriques sur l'entrepreneuriat en Algérie, notamment celles du GEM et des autres chercheurs algériens. Nous avons mis en évidence les uniformités que partagent des groupes d'entrepreneurs et qui se fondent sur des caractères tels que: un niveau d'instruction élevé, une relative jeunesse, une expérience professionnelle appréciable, un entourage entrepreneurial favorable et une taille d'entreprise très petite.

Cependant, nous avons pu établir que les entrepreneurs ne partagent pas tous les mêmes caractéristiques et se différencient les uns des autres sur bien des aspects, ce qui nous interpelle à s'interroger sur l'origine de cette différence. La réponse à cette question se trouvera peut-être dans la diversité des trajectoires professionnelles de chaque entrepreneur et l'environnement dans lequel il a évolué donc il conviendrait de continuer la recherche dans cette direction.

Références bibliographiques

Abedou A, Bouyacoub A, Kherbachi H, (2012). « L'entrepreneuriat en Algérie, 2009/2012 », Rapport GEM Algérie 2012, Alger.

Abedou A, Bouyacoub A, Kherbachi H, (2011). «L'entrepreneuriat en Algérie », *Données de l'enquête GEM 2011, Alger.*

Assassi M, Hammouda N, (2006). «Les entrepreneurs algériens, une image statistique ». *Colloque international: créations d'entreprises et territoires, Tamanrasset*

Banque Mondiale, (2018). « 15ème rapport annuel Doing Business 2018». *Washington.*

Baronet J, (1996). «L'entrepreneurship, un champ à la recherche d'une définition. Une revue sélective de la littérature sur l'entrepreneurship». *In Cahiers de recherche n°96-07-01, HEC Montréal.*

Benachenhou A, (2007). « Les entrepreneurs algériens ». *Edition. Alpha Design, Alger.*

- Boughattas-Zrig Y, (2011).** « Les compétences de l'entrepreneur. Définition, démarches d'évaluation et facteurs de développement ». *Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université Nancy II, France.*
- Baumol W J, (1968).** « Entrepreneurship in Economic Theory » *In the American Economic Review, Vol. 58, No. 2, 1968, Pittsburgh, PA.*
- Bourguiba M, (2007).** « De l'intention à l'action entrepreneuriale: approche comparative auprès des TPE françaises et tunisiennes ». *Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université Nancy II, France.*
- Boutillier S, (2013).** « L'entrepreneur, Le Deus Ex Machina des économistes ». *In Le grand livre de l'entrepreneuriat, Ed. DUNOD, Paris. (Sous la direction de S. Leger-Jarniou).*
- Boutillier S, (2014).** « Principes d'économie de l'innovation », *Collection Businessse & Innovation n°8. Ed. Peter Lang, Bruxelles.*
- Bouyacoub A, (1997).** « Les nouveaux entrepreneurs en Algérie en période de transition: la dimension transnationale ». *In Cahiers du CREAD N°40, 2^{ème} Trimestre 1997. Alger.*
- Bouyacoub A, (2012).** « Quel développement économique depuis 50 ans? ». *In Confluences Méditerranée, N°81, Printemps 2012, Paris.*
- Casson M, (2003).** « The entrepreneur: an economic theory ». *Second Edition, Edwar Elgar, Cheltenham, UK.*
- Deschamps B, (2000).** « Le processus de reprise d'entreprise par les entrepreneurs personnes physiques ». *Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès-France.*
- Drucker M, (1985).** « Les entrepreneurs ». *Ed. L'expansion/Hachette, Paris.*
- Fayolle A, (2004).** « Entrepreneuriat, apprendre à entreprendre ». *Ed. DUNOD, Paris.*
- Ferfera M Y, Belarbi Y, (2006).** « L'impact des caractéristiques entrepreneuriales sur le développement des entreprises en Algérie: Etude de cas ». *Colloque International: Création d'entreprises et territoires, Tamanrasset.*
- Filion L, (1997).** « Le champ de l'entrepreneuriat: historique, évolution, tendances ». *In Revue internationale PME, Vol. 10, N°2, 1997. Montréal.*
- Gartner W B, (1990).** « What are we talking about when we talk about entrepreneurship? » *In Journal of Business Venturing, Vol. 5, N°1, 1990. New York.*
- Julien P A, Marchesnay M, (2001).** « L'entrepreneuriat ». *Ed. Economica, Paris.*
- Leger-Jarniou C, (s.dir.), 2013.** « Le grand livre de l'entrepreneuriat ». *Ed. DUNOD, Paris*
- Liabès Dj, (1984).** « Entreprises, entrepreneurs et bourgeoisies d'industrie en Algérie. Quelques éléments pour une sociologie de l'entreprendre ». *In Cahiers du CREAD N°1, 1^{er} Trimestre 1984. Alger.*
- Shaver K G, Scott L R, (1991).** « Person, process, choice: the psychology of new venture creation ». *In Entrepreneurship and Regional Development, Vol 27, N°2, 1991, UK.*
- Schumpeter J A, (1910).** « Théorie de l'évolution économique Recherches sur le profit, le crédit, l'intérêt et le cycle de la conjoncture. » *Traduction française, 1935, Edition électronique, 2002, Québec.*
- Stafford J, Bodson P, (2006).** « L'analyse multivariée avec SPSS ». *Presse de l'Université du Québec, Canada.*
- Tounes A, Fayolle A, (2006),** « L'odyssée d'un concept et les multiples figures de l'entrepreneur », *In La Revue des Sciences de Gestion, Vol. 4, N° 220-221, 2006, Paris.*
- Verstraete T, (1999).** « Entrepreneuriat, connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes ». *Ed. L'Harmattan, Paris.*

Annexe

Questionnaire

La présente enquête fait partie de l'élaboration d'une Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, option Management économique des territoires et entrepreneuriat, à la Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion de l'Université de Bejaia. La thèse est intitulée : « Entrepreneuriat en Algérie : caractéristiques, enjeux et perspectives » et l'enquête est destinée aux entrepreneurs créateurs des entreprises, les informations recueillies demeureront confidentielles et ne pourront en aucun cas faire l'objet que d'une utilisation à des fins purement pédagogiques et de recherche scientifique

Indication:

Il n'y a ni bonnes ni mauvaises réponses. Nous nous intéressons à ce que vous pensez vraiment. Veuillez donc répondre librement à toutes les questions.

Novembre 2017

Nom et prénom de l'enquêteur: OUKACI Moustafa, Enseignant/Doctorant

Date (jour/mois/année): / / N° du questionnaire:

I. Identification de l'entreprise

1. Nom ou raison sociale de l'entreprise :
2. Adresse et lieu d'implantation :
3. Année de création de l'entreprise :
4. Forme juridique de l'entreprise :
SARL SNC EURL
5. Secteur d'activité de l'entreprise :
BTPH Industrie Services
6. Effectif actuel de l'entreprise:
-10 employé 10-49 employés 50-249 employés

II. Caractéristiques de l'entrepreneur

7. Quel âge avez-vous quand vous avez créé votre entreprise ?
20-30 ans 30-40 ans 40-60 ans
8. Votre situation matrimoniale lors de la création de l'entreprise :
Célibataire Marié (e)
9. Sexe : Masculin Féminin
10. Y a-t-il eu dans votre entourage personnel ou professionnel des exemples d'entrepreneurs?
Parents ou Membres de la famille
Amis ou Collègues de travail
Non
11. Juste avant le lancement de votre entreprise, vous aviez un statut de :
Employé du secteur public
Employé du secteur privé
Etudiant ou Sans emploi
12. Si employé, pendant combien de temps avez-vous été en poste ?
Moins d'un an D'un an à cinq ans Plus de cinq ans
13. Niveau de formation acquis de l'entrepreneur :
Lycée Supérieur Formation professionnelle

III. Environnement général de l'entrepreneuriat

14. Avez-vous bénéficié de formation(s) spécifique(s) en vue de la création de votre entreprise ?

En création d'entreprises

Accompagnement entrepreneurial

Absence de formations

15. Quelles ont été vos motivations pour créer votre entreprise?

Prendre des responsabilités et prendre un risque

Avoir un emploi et une sécurité gagner plus d'argent

Saisir une opportunité d'affaires

16. Quels sont les facteurs qui ont influencé votre décision de créer votre entreprise ?

Conjoncture économique (croissance, récession, chômage)

Climat des affaires favorables à l'entrepreneuriat

Caractéristiques du territoire

17. Question ouverte : si vous souhaitez donner votre vision sur l'entrepreneuriat et sur la création d'entreprises en particulier en Algérie, ou vous exprimer plus généralement sur le sujet, n'hésitez pas à le faire dans cet espace qui vous est réservé :

.....

Je vous remercie vivement d'avoir répondu à toutes les questions et du temps consacré à remplir ce questionnaire.