

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de L'Enseignement Supérieur et De la Recherche Scientifique
Université Abdelhamid Ibn Badis- Mostaganem
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion



Mémoire de Master en sciences de gestion
Option: Management stratégique International

**Les facteurs de réussite d'un projet entrepreneurial
cas des entrepreneurs des hôtels en Algérie**

Présenté par:

Melle BOUAZA Mounira Fadila

Encadré par le

Dr BENZIDANE Hadj

Jury :

Président : M. BOUDRAF – Docteur- Université de Mostaganem

Encadreur : M.BENZIDANE Hadj – Docteur- Université de Mostaganem

Examineur : M. MOKHEFI Amine – Maître de conférence- Université de Mostaganem

Année Universitaire 2016/2017.

Remerciements

Je tiens d'abord à remercier infiniment mon promoteur, Le docteur BANZIDANE El Hadj, pour son encadrement et ses orientations. Je le remercie tant pour sa disponibilité, et pour le temps qu'il m'a consacré, malgré sa grande charge de travail.

Mes remerciements s'adressent aussi à tous mes enseignants de la faculté des sciences économiques, sciences de gestion et les sciences commerciales, pour tous leurs encouragements.

Mes remerciements sont destinés aussi aux quinze entrepreneurs des hôtels que j'ai rencontré lors des entretiens, qui chacun d'eux présente une personnalité remarquable, et qui m'ont beaucoup apporté, tant sur le plan professionnel que personnel.

Je tiens également à exprimer mes chaleureux remerciements à mes parents, ma sœur et mon petit frère, qui m'ont tous encouragé à mener à bien ce travail.

BOUAZA Mounira Fadila.

Dédicace

Je dédie ce modeste travail à mes chers parents,

Ma sœur et mon petit frère,

A toute ma famille,

Et à mes amis Gaham W, Ben naceur H, Ghanem A et Delmi, AB, Hani M, Dahmani A,

Boudoukara CH, Ben guedda S, Boubareka T, Al rawi S, Ben chahera S.

Liste des tableaux :

N°	Tableaux	Page
1	Sommaire des écoles entrepreneuriales	17
2	Caractéristiques les plus souvent attribuées aux entrepreneurs par les spécialistes en comportement	23
3	Typologie de l'entrepreneur	24
4	Critères les plus couramment utilisés pour l'élaboration de typologie en entrepreneuriat	32
5	Définitions des facteurs clés de succès	49
6	La taille de l'échantillon de notre enquête	63
7	La taille de l'échantillon étudié	64
8	Niveau de formation	66
9	Y-a-t-il des Co-entrepreneurs	70
10	Les motivations qui incitent à lancer ce projet	70
11	L'entrepreneuriat en Algérie	71
12	Y-at-il des déceptions	71
13	Les facteurs qui vous ont aidés pour la création d'entreprise	73

Liste des figures :

N°	Figures	Page
1	La forme générique du processus d'entreprise de Bruyat	43
2	La CSIP et l'importance de l'histoire et du contexte	45
3	La CSIP de l'entrepreneur naissant	45
4	Les facteurs explicatifs liés à l'individu	50
5	Répartitions des entrepreneurs par sexe	65
6	Présentation de la situation professionnelle avant la création	66
7	Le statut des entrepreneurs dans leur profession antérieur	67
8	Secteur d'activité	67
9	L'année de création	68
10	Statut juridique	68
11	Types des entreprises	69
12	Le financement du projet	69
13	Les déceptions	72
14	Les charges les plus pénalisantes	72

Sommaire

Désignation	Page
Dédicace	
Remerciement	
Liste des tableaux	
Liste des figures	
Introduction générale	1
Chapitre 1 : Un aperçu général sur l'entrepreneuriat	
Section 1 : Définitions du concept de l'entrepreneuriat	04
1.1.1. Définitions de l'entrepreneuriat	05
1.1.2. Définitions de l'entrepreneur	08
Section 2 : Les écoles entrepreneuriales	11
1.2.1. L'école du surhomme	11
1.2.2. l'école des caractéristiques psychologiques	12
1.2.3. L'école classique	13
1.2.4. L'école du management	13
1.2.5. L'école du leader	15
1.2.6. L'école de l'intrapreneur	15
Chapitre 2 : La personnalité de l'entrepreneur	
Section 1 : Les caractéristiques de l'entrepreneur	20
2.1.1. L'entrepreneur est un organisateur	20
2.1.2. L'entrepreneur est le leadership	20
2.2.3. L'entrepreneur et l'innovation	21
2.2.4. L'entrepreneur est souvent un joueur	21
Section 2 : Les typologies de l'entrepreneur	24
2.2.1. La typologie selon Schumpeter	25
2.2.2. La typologie selon Smith	26
2.2.3. La typologie selon Laufer	26
2.2.4. La typologie selon Julien et Merchesney	27
2.2.5. La typologie selon Lafuente et Salas	29
2.2.6. La typologie selon Fillion	33

Section 3 : Les éléments clés de succès de l'entrepreneur	33
2.3.1. La connaissance de soi	33
2.3.2. Les caractéristiques personnelles	33
2.3.3. La connaissance en gestion	33
2.3.4. L'expérience technique	34
2.3.5. La connaissance du marché	34
2.3.6. Le capital de démarrage	34
2.3.7. Le plan d'affaires	35
2.3.8. Le choix d'un collaborateur et d'un parrain	35
2.3.9. La localisation	35
2.3.10. La période propice de lancement	36
Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial	
Section1 : Les modèles processuels du projet entrepreneurial	39
3.1.1. Le modèle de Shapero	40
3.1.2. Le modèle de Bruyat	42
3.2.3. Le modèle de Gartner	46
Section 2 : Les facteurs de succès du projet entrepreneurial	49
3.2.1. Les facteurs liés à l'individu	50
3.2.2. Les facteurs liés à la méthode de création	53
3.2.3. Les facteurs liés au projet	56
3.2.4. Les facteurs liés à l'environnement	57
Chapitre 4 : Le cas empirique des entrepreneurs des hôtels en Algérie	
Section 1 : Economie hôtelière	62
Section 2 : Méthodologie et organisations de la recherche	63
4.2.1. La taille d'échantillon	63
4.2.2. Le déroulement du questionnaire	64
4.2.3. Traitement des questions	65
Section 3 : Analyse de questionnaire	65
Conclusion	75
Bibliographie	
Annexes	

Introduction général

Conclusion générale

Conclusion générale :

Le projet entrepreneurial et l'entrepreneur acquis un nouveaux courant d'intéressement dans l'actuel conjoncture. Ainsi, l'entrepreneuriat devient un moyen important à pouvoir créer des emplois et de la richesse, dans un contexte économique de compétitions dans les pays.

L'importance de l'entrepreneur dans la pensée économique a été longtemps relativisée. Des chercheurs contemporains tel que SHUMPETER et les néo-Schumpetérien, R.CATNTILLON ont produit un profil standard de l'entrepreneur. Ils se sont convenues qu'il n'avait pas de définition consensuelle de l'entrepreneur, se pendant établir des modèles multiples sous différents angles et par se fait établir des typologies qui permettent de l'identifier.

Après 1962, le cadre institutionnelle en Algérie a connu un changement profond. La vision d'un Etat unique, propriétaire et entrepreneurs. En 1993, l'initiative de la liberté d'investir et des changements institutionnels ont né sauf que leurs démarrages étaient en 2001.

Durant ses vingt dernières années, en Algérie, une nouvelle vision économique qui se penche sur l'entrepreneuriat a pris sa plateforme. Mais la création d'un environnement viable d'où le projet entrepreneurial, reste loin d'être préoccupation de l'état au regard des chiffres, un Etat Algérien qui demeure loin derrière ses voisins, par rapport le Maroc et la Tunisie.

Par ailleurs, suite à notre recherche, nous déduisons les résultats suivant :

- ✓ L'entrepreneuriat est un concept large et complexe qui peut être présentée à travers l'acte « d'entreprendre » ou à travers l'acteur « l'entrepreneur ».
- ✓ L'entrepreneur est un personnage aux multiples facettes. En effet, il est considéré comme innovateur, organisateur, manager, etc.

Conclusion générale

- ✓ Les facteurs clés de succès du projet entrepreneurial sont des éléments liés à l'individu, des éléments liés au projet, des éléments liés à la méthode de création et des éléments liés à l'environnement.

A l'issue de notre étude, nous avons relevé des faiblesses. Parmi ces faiblesses, il y a lieu de l'écosystème de l'entrepreneuriat en Algérie. Du fait de ce qui précède nous formulons les recommandations suivantes :

- ✓ Développer une culture entrepreneuriale, et effacer l'image d'un entrepreneuriat algérien de survie, en encourageant l'innovation et en mettant en lumière des opportunités d'affaires.
- ✓ Créer des structures entrepreneuriales, telles que les maisons d'entrepreneuriat, les centres de carrières et faire devenir nos universités entrepreneuriales en offrant des formations en entrepreneuriat.
- ✓ Rendre les procédures administratives plus souples.
- ✓ Créer des banques spécialisées dans le financement des jeunes entrepreneurs, qui a pour vocation d'accompagner le développement des entrepreneurs en leur facilitant l'accès au financement.

Chapitre 1 :

Un aperçu général sur l'entrepreneuriat

Chapitre 1 : Un aperçu général sur l'entrepreneuriat

Introduction :

Dans ce premier chapitre on essaye d'expliquer et de définir l'entrepreneuriat sur différents angles : psychologiques, morales, matériels et fonctionnelles en passant par la littérature de l'entrepreneuriat, le concept, les composants, l'action, le rôle et les moyens pour exercer l'entrepreneuriat et enfin sa stratégie.

A cet effet, nous avons scindé ce chapitre en deux sections. Dans la première section, nous développerons le concept de l'entrepreneuriat ou on va définir l'entrepreneuriat et l'entrepreneur. Dans la deuxième section, nous mettrons en relief les écoles entrepreneuriales.

Section 1 : définitions du concept de l'entrepreneuriat

Cette section est conçue dans le but de cerner et expliquer les contours et concepts ayant trait à l'entrepreneuriat et à l'entrepreneur afin de rendre ces derniers plus perceptibles.

1.1.1. Définitions de l'entrepreneuriat :

“ Tenter de définir l'entrepreneuriat constitue un exercice difficile, car Entrepreneurs et les activités entrepreneuriales ne sont guère aisés à identifier et à étudier, et le phénomène est hétérogène, complexe et équivoque. Il n'existe donc pas de définition unique. Pendant longtemps, cette question de la définition de l'entrepreneuriat a provoqué des débats dans le monde de la recherche et de l'enseignement, à tel point qu'il n'était pas surprenant de trouver des articles universitaires aux titres évocateurs comme celui de Willian Gartner aux débuts des années 90 : « what are we talking about when we talk about entrepreneurship ? ».

Aujourd'hui, la passion est un peu retombée et cette question est passée au second plan dans la mesure où l'on admet que l'entrepreneuriat est effectivement un phénomène multidimensionnel qui peut être étudié sous différents angles en mobilisant de nombreuses disciplines et méthodologie.

Pour contourner cette difficulté liée à la définition d'un objet polysémique, nous allons adopter plusieurs points de vue et proposer différentes approches qui visent à mieux cerner le concept d'entrepreneuriat¹. Mais dans un premier temps, il n'est pas inutile de s'attarder sur la signification du mot « entrepreneur » qui est passé à la

¹ Fayolle A, « Le métier de créateur d'entreprise », Editions d'Organisations, France, 2003, p.p. 11 -12

langue anglaise « Entrepreneurship ». Selon l'office québécois de la langue française, l'entrepreneuriat est défini comme la « fonction d'une personne qui mobilise et gère des ressources humaines et matérielles pour créer, développer et implanter des entreprises »¹

Pour Cole (1942), un des plus anciens chercheurs sur le sujet après Schumpeter, définissait l'entrepreneuriat comme « une activité permettant de créer, maintenir et agrandir une entreprise profitable ». Gartner (1990) reprend cette définition en expliquant que l'entrepreneuriat relève du « comportement menant à la création d'une nouvelle organisation ». D'autres auteurs mettent avant tout l'accent sur l'innovation. Ainsi, pour Gurran et Burrows (1986), l'entrepreneuriat constitue fondamentalement « un processus innovateur [...] », ce qui exclut les reproductions d'entreprises ou les simples rachats, comme ceux faits par des managers. Vankatarman (1997) voit aussi l'entrepreneuriat comme « une nouvelle productions de bien ou services répondant à une opportunité, avec toutes ses conséquences » ou encore comme « de nouvelles initiatives d'affaires initialement conçues et ensuite développées » pour atteindre le marché. L'OGDE (2003) complète ces définitions en disant que « l'entrepreneuriat est une façon de voir les choses et un processus pour créer et développer des activités économiques à base de risque, de créativité et d'innovation à gérer à l'intérieur d'une nouvelle ou d'une organisation existante ».²

¹ L-Mezghani, M-Belhadj, H-Affes, W-Aloulou, F-Ayadi, B-Bellaj, J-Choukir, S-Mseddi, « Support pédagogique du module Culture Entrepreneuriale », Université de sfax, Maroc, Spetembre 2008, https://www.google.dz/?gws_rd=cr,ssl&ei=_rmyU8mpFeSp0QWD64DIBg#q=support+p%C3%A9dagogique+du+module+culture+entrepreneuriale le 29/11/2016, 13h05.

² Pierre-André Julien, « Entrepreneuriat régional et économie de la connaissance : une métaphore des roman policiers », Presses de l'université du Québec, Canada, 2005, p.p. 2-3

De son côté Julien et Marchesnay (1997) « le vocabulaire d'entrepreneuriat dans la littérature tourne généralement autour de trois concepts : l'entrepreneur, l'esprit d'entreprise, et la création d'entreprise ». Par cette définition nous déduisons que l'entrepreneuriat est un arrangement entre un individu et une organisation l'un se définit par rapport à l'autre. Ainsi le terme d'entrepreneuriat décrit une relation entre un entrepreneur et son entreprise, comme le signale Julien et Marchesnay en rajoutant le concept de risque¹.

“ Par ailleurs, Fayolle et Fillion définit l'entrepreneuriat comme « le processus par lequel des personnes prennent conscience que le fait de posséder leur propre entreprise constitue une option ou une solution viable, ces personnes pensent à des entreprises qu'elles pourraient créer, prennent connaissance de la marche à suivre pour devenir un entrepreneur et se lancent dans la création et le démarrage d'une entreprise »

D'après le guide du créateur d'entreprise, l'entrepreneuriat consiste à créer de la richesse par la création d'entreprise. C'est un moteur important pour l'emploi, la cohésion sociale, l'innovation et la croissance économique.

Selon Zammar R, « l'entrepreneuriat est une dynamique de création et d'exploitation d'une opportunité d'affaires par un ou plusieurs individus via la création de nouvelles organisations à des fins de création de valeur ».

De ces définitions on pourra dire que, l'entrepreneuriat peut se définir comme une activité impliquant la découverte, l'évaluation et l'exploitation de nouvelles idées et

¹ Yasmina Ben Makhoulouf « L'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou : Incidences socio-économiques et limites de son accompagnement », Mémoire de master en sciences économiques option management des services publics territoriaux, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, Algérie, (2013-2014), p 9.

d'opportunités, la prise de décisions modérément risquées, dans le but d'introduire de nouveaux biens et services, de nouvelles structures d'organisation et de nouveaux marchés, par des moyens existants ou qui, éventuellement, n'existaient pas auparavant".¹

1.1.2. Définitions de l'entrepreneur :

"L'innovation ne peut se réaliser que si elle émane d'un entrepreneur (seul ou en équipe) qui prend des risques et qui organise son développement, bref qui « entreprend ». L'entrepreneur est l'essence ou le cœur même de l'entrepreneuriat. C'est celui qui innove en fonction des opportunités qui se présentent, mais aussi qui organise les ressources pour produire et commercialiser, tout en recherchant son intérêt.

On peut attribuer différentes caractéristiques à l'entrepreneur, même si elles ne sont pas nécessairement particulières. On peut aussi montrer qu'il existe différents types d'entrepreneurs jouant des rôles différents dans le changement. L'analyse de ses différentes questions va nous permettre de développer un modèle de l'entrepreneur qui nous servira par la suite dans une théorisation graduelle du processus entrepreneurial".²

"La diversité des conceptions de l'entrepreneur est d'abord présentée à travers quelques auteurs classiques et quelques approches plus récentes, le premier auteur considéré comme important est Richard Cantillon. Vers 1726, réfléchissant sur la nature du commerce, il fournit une première image de l'entrepreneur. Il oppose ceux

¹Yasmina Ben Makhlof « L'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou : Incidences socio-économiques et limites de son accompagnement », op.cit., p 10.

² Pierre-André Julien et Michel Marchesnay, « L'entrepreneuriat », Nouvelle Edition Economica, Paris, p. 51.

dont les gages sont certains à ceux dont les gages sont incertains, l'entrepreneur celui qui s'engage de façon ferme vis-à-vis d'un tiers, sans garantie de ce qu'il peut en attendre"¹.

"Le deuxième auteur important est Jean-Baptiste Say. Pour lui l'entrepreneur est celui qui réunit et combine les facteurs de production. Son but premier est d'accroître la production, la recherche du profit est annexe, et il le définit ainsi (1803) « l'entrepreneur d'industrie est celui qui entreprend de créer pour son compte, à son profit et à ses risques un produit quelconque »"².

Selon Schumpeter, « l'innovation est mise en œuvre par un personnage central, l'entrepreneur » qui décrit à travers une « trinité » de caractéristique un « projet » : l'exécution de nouvelles combinaisons productives dans un environnement incertain un « moyen » : le recours au crédit bancaire, défini comme une création nihilo de monnaie une « fonction » essentielle : l'initiative de l'innovation, la fonction de chef. Cet entrepreneur d'un type nouveau cesse ainsi d'être un agent d'équilibre, comme il l'était dans la théorie classique et marginaliser, pour devenir un agent de déséquilibre, de rupture fut-elle créatrice d'un autre état d'équilibre. Ses motivations ne sont pas décrites en termes d'intérêt, mais de « rêve et volonté de fondre un royaume », ou de « joie de créer une forme économique nouvelle »³

En résumé, Schumpeter fait de l'entrepreneur l'acteur explicatif de la dynamique économique en adoptant une définition plus fonctionnelle dans laquelle le

¹ Emile-Michel Hernandez, « L'entrepreneuriat : Approche théorique », L'Harmattan , Paris, 2001 , p.14

² Emile-Michel Hernandez, « L'entrepreneuriat : Approche théorique », op.cit., p.14

³ Schumpeter J, « Théorie de l'évolution économique : Les fiches de lecture », Encyclopédie Universalisé, France, 2016,

risque devient une variable parmi d'autres de l'environnement. Schumpeter met l'accent sur le leadership et pas sur la propriété.

Ainsi nous pouvons détecter quelques particularités sur l'entrepreneur :

- "Il est capable de fixer et d'atteindre des objectifs.
- Il est sensible à son environnement en vue de saisir des opportunités d'affaires.
- Il est celui qui prend des décisions modérément risquées.
- Il cherche à être autonome.
- Il veut enregistrer au profil.
- Il est le créateur coordinateur des ressources et le créateur innovateur ".¹

A la suite de toutes ces définitions, qui relatent l'évolution de l'activité entrepreneuriale, nous pouvons conclure que l'entrepreneur a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique libérale. Il est, très souvent, à l'origine des innovations de rupture, il crée des entreprises, des emplois et participe au renouvellement et à la restructuration du tissu économique. L'entrepreneur est l'innovateur qui apporte de la destruction créatrice.

A l'issue de ce présent développement, nous pouvons présenter la définition suivante du concept de l'entrepreneuriat :

- L'entrepreneuriat est un dialogue individu – création de valeur nouvelle, dans une double dynamique de changement, pour l'individu et pour l'environnement concerné par la création de valeur nouvelle¹.

¹ Yasmina Ben Makhoulouf(2013-2014) « L'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou : incidences socio-économiques et limites de son accompagnement », op.cit, p :13

Section 2 : Les écoles entrepreneuriales

1.2.1. L'école du « surhomme » :

“ La première école voit dans l'entrepreneur un être extraordinaire, au sens étymologique y est écrit comme un individu né avec un sixième sens, une capacité intuitive à entreprendre et à réaliser des actions spectaculaires. Alors que l'enseignement de l'entrepreneuriat se situe dans une phase de développement accélérer un peu partout dans le monde et que ce mouvement accrédite le fait qu'il est possible d'apprendre à entreprendre, il peut sembler contradictoire que ce premier courant de pensée porte en lui la croyance en un entrepreneur inné et en l'existence d'un sixième sens, indispensable pour entreprendre. Mais, à y regarder de plus près, les journaux économiques continuent d'évoquer régulièrement les parcours et les réussites de grands entrepreneurs. L'image présentée est généralement chargée d'énergie, de puissance et de succès. De fréquentes biographies d'entrepreneurs soulignent la capacité instinctive de ces hommes hors du commun à reconnaître des opportunités inaccessibles à la majorité d'entre nous et à prendre les bonnes décisions. Cela implique que, sans cette faculté intuitive innée, ces individus ressembleraient au commun des mortels. Comme nous l'avons évoqué précédemment, des chercheurs s'attachent à démontrer que les gènes et l'hérédité peuvent permettre de caractériser l'entrepreneur et d'expliquer son comportement. Cette école, contrairement à ce que nous pourrions penser, reste très active. Pour montrer la vivacité de ce courant, au moins dans les

¹A-OMRANE et Al, « Les compétences entrepreneuriales et le processus entrepreneuriales : Une approche dynamique », Institut des hautes études commerciales à Carthage TUNIS, p. 6.

médias et dans les représentations populaires, nous avons relevé le portrait suivant dans la presse française¹.

1.2.2. L'école des caractéristiques psychologiques:

“ La deuxième école de pensée est celle des traits distinctifs et des caractéristiques psychologiques particulières. Il peut s'agir de valeurs (éthique, responsabilité...), d'attitudes (prise de risques, d'initiatives, autonomie...) ou de besoins (autonomie, accomplissement, reconnaissance...). Nombreuses sont les recherches qui ont essayé ou essaient encore d'apporter la démonstration que l'entrepreneur possède des caractéristiques psychologiques uniques que ne détiennent pas les non-entrepreneurs. Ces recherches ont permis de mettre en lumière de nombreux traits ou caractéristiques tels que : l'optimisme, l'atypisme, la flexibilité, la persévérance, la tolérance à l'ambiguïté et à l'incertitude, la confiance en soi, l'implication à long terme, le lieu de contrôle interne (le sentiment de contrôler directement le cours des choses), l'auto efficacité, la prise de risques modérés, etc. Si cette idée des traits discriminants semble aujourd'hui abandonnée, les recherches en psychologie, psychologie cognitive et psychosociologie ont été considérablement développées au cours des dernières années. Très souvent, les études empiriques qui utilisent les traits de personnalité de l'entrepreneur comme facteurs explicatifs du comportement ou de la performance des entreprises retiennent à ce niveau le lieu de contrôle interne, le besoin d'accomplissement et la propension à la prise de risque².”

¹ Fayolle A, Degeorge J M, « Dynamique entrepreneuriale : Le comportement de l'entrepreneur », Edition De boeck, Bruxelles, 2012, p. 25.

² Fayolle A, Degeorge J M, « Dynamique entrepreneuriale : Le comportement de l'entrepreneur », op.cit., p 26.

1.2.3. L'école classique :

“Cette école de pensée s'intéresse à l'innovation et à l'identification des opportunités d'affaires. Elle stipule que la fonction essentielle de l'entrepreneur est l'innovation et l'introduction, dans un environnement donné, de nouvelles combinaisons de facteurs de production. Dans ces conditions, l'innovation, la créativité et la découverte d'opportunités constituent des éléments clés du phénomène entrepreneurial. S'inscrivent donc dans ce courant des économistes qui ont travaillé sur l'innovation ou sur l'opportunité, et des spécialistes du management et des sciences de gestion, qui considèrent comme essentielle la faculté de reconnaissance d'opportunité. Dans ce courant, les conceptions peuvent différer et opposer ceux qui pensent que l'innovation, la reconnaissance d'opportunités ou encore la créativité relèvent de capacités individuelles très fortement ancrées dans des personnalités et des tempéraments, et ceux qui restent convaincus que ces aptitudes peuvent très largement être acquises et développées”¹.

1.2.4. L'école du management :

“La quatrième école de pensée est centrée sur la poursuite et la concrétisation des opportunités d'affaires. De ce point de vue, certains auteurs cités précédemment (Stevenson, Gumpert, Bygrave, Hofer, Shane et Venkataraman) s'inscrivent également dans ce courant, tous se retrouvant, plus ou moins, dans cette définition de l'entrepreneur : « *An entrepreneur is some one who perceives an opportunity and creates an organization to pursue it.* ». Les approches qui s'intéressent aux processus s'insèrent aussi partiellement dans cette école, ainsi que les analyses de certains économistes, qui

¹ Fayolle A, Degeorge J M, « Dynamique entrepreneuriale : Le comportement de l'entrepreneur », op.cit., p26

voient dans l'entrepreneur un coordinateur de ressources. La formation des entrepreneurs, leur préparation et leur appropriation d'outils de management spécifiques permettant, par exemple, de développer un plan d'affaires, d'évaluer des opportunités et d'acquérir des ressources dans un contexte de création d'activités apparaissent comme des étapes possibles et souhaitables de la démarche entrepreneuriale. Pour illustrer ce qu'est l'entrepreneur dans ce courant, nous proposons une brève synthèse des travaux de Stevenson. Ces derniers décrivent concrètement les modes de pensée et de comportement des entrepreneurs, les questions qu'ils se posent et les démarches de résolution des problèmes qu'ils mettent en œuvre. Ils explicitent leurs approches des opportunités et des ressources nécessaires pour les transformer, les options qu'ils prennent en matière de choix organisationnels et managériaux. Stevenson et Gumpert montrent que les comportements de l'entrepreneur s'opposent à ceux de l'administrateur, autre figure du manager dont les préoccupations s'attachent essentiellement à assurer un bon contrôle des ressources gérées et à réduire les risques. L'acte d'entreprendre correspond, d'après eux, à une approche particulière du management définie par la création ou la reconnaissance et la transformation d'une opportunité, indépendamment des ressources contrôlées directement. L'entrepreneur a des comportements spécifiques différents de ceux de l'administrateur. Stevenson et Gumpert montrent que ces différences portent sur, au moins, cinq dimensions clés. Dans l'encadré qui suit, nous reprenons chacune de ces dimensions et nous indiquons ce qui caractérise les comportements de l'entrepreneur et de l'administrateur dans l'approche de Stevenson et Gumpert. Ces travaux ont longtemps été ignorés, en particulier depuis le début des

années 2000, période qui légitime la conception de l'entrepreneuriat basée sur les opportunités"¹.

1.2.5. L'école du leader :

" La cinquième école proposée par Cunningham et Lisheron s'intéresse au leadership. L'entrepreneur est souvent un leader, qui conduit les hommes vers l'atteinte des buts et objectifs qu'il a assignés. Il doit aider ses collaborateurs dans leur développement personnel et, de ce point de vue, l'entrepreneur est plus qu'un « manager », il est aussi un « leader of people ». Cunningham et Lischeron pensent que ce courant théorique constitue l'aspect non technique de l'école précédente et que l'entrepreneur doit être également un « people manager » ou un « leader/mentor », qui joue un rôle dans la motivation, la direction et la conduite de son personnel. Ils citent, pour appuyer leur point de vue, Kao : « *Thus, the entrepreneur must be a leader, able to define a vision of what is possible, and attract people to rally around that vision and transform it into reality.* » . Ceci a, bien évidemment, des incidences sur l'éducation et la formation des entrepreneurs"².

1.2.6. L'école de l'intra-preneur :

" Dans cette dernière école de pensée apparaît l'intra preneur, c'est-dire un entrepreneur particulier qui agit dans des organisations existantes et pour le profit de ces dernières. L'intra preneur est un manager dont on voudrait qu'il soit à la fois peu différent des autres managers, mais aussi doté d'une capacité à entreprendre. Les

¹ Fayolle A, Degeorge J M, « Dynamique entrepreneuriale : Le comportement de l'entrepreneur », op.cit., p 27

² IBId, p 28.

entreprises souffrent d'un manque d'innovation et d'une insuffisante capacité de réaction, dans un monde où tout s'accélère. L'intra-preneuriat est vu comme une réponse à ces difficultés. Des comportements entrepreneuriaux, individuels ou collectifs, comme l'orientation vers les opportunités, la capacité d'innovation, la prise d'initiatives et de risques, la proactivité, le sens accru des responsabilités peuvent permettre à des entreprises d'innover, de se développer et de diversifier leurs activités dans d'autres domaines ont, par ailleurs, montré que l'entrepreneuriat pouvait concerner indifféremment le secteur privé et le secteur public, voire même le secteur associatif. Le développement de comportements entrepreneuriaux dans des organisations confère une certaine légitimité à l'existence d'une forme persistante d'entrepreneuriat qui s'opposerait, d'une certaine façon, au processus de bureaucratisation inéluctable des entreprises. Cette dernière école de pensée est actuellement très active, à en juger par les nombreux dossiers et numéros spéciaux qui ont été publiés au cours des dernières années.¹

¹ Fayolle A, Degeorge JM, « dynamique entrepreneuriale : le comportement de l'entrepreneur », op.cit., p.p. 25-29.

Tableau n°1 : Sommaire des écoles entrepreneuriales

Modèle entrepreneuriale	Finalité	Présuppositions	Comportements et habiletés	Contexte d'application
Ecole du surhomme	L'entrepreneur est intuitif, il a un sixième sens inné.	Sans cette intuition innée, l'entrepreneur serait comme les autres.	Intuition, vigueur, énergie, persistance et estime de soi.	Démarrage
Ecole des traits psychologiques	Les entrepreneurs sont des valeurs, des attitudes et des besoins qui les motivent.	Les gens agissent en accord avec leurs valeurs : le comportement résulte de la volonté de combler ses besoins.	Valeurs personnelles, prise de risque, besoin d'accomplissement.	Démarrage
Ecole classique	La principale caractéristique du comportement entrepreneurial est l'innovation	Le cœur de l'entrepreneuriat réside dans le fait d'agir et non seulement celui de posséder.	Innovation, créativité et découverte.	Démarrage et croissance.
Ecole de management	Les entrepreneurs sont les gestionnaires, ils organisent, possèdent, gèrent et prennent des risques.	Les entrepreneurs peuvent être formés avec les techniques de gestion.	Production, planification, organisation de personnel, budget.	Croissance et maturité
Ecole de leader	Les entrepreneurs sont des leaders, ils ont la capacité d'adapter leur style aux besoins des gens.	Un entrepreneur ne peut accomplir ses objectifs seul, il dépend des autres.	Motiver, diriger et leader	Croissance et maturité
Ecole de l'intrapreneuriat	Les habiletés entrepreneuriales peuvent être utiles dans une organisation	Les organisations ont besoin de s'adapter pour survivre, les activités entrepreneuriales mènent à la création organisationnelle	Vigilance aux opportunités.	Maturité et changement.

Source : Tremblay M, « Identification collective d'opportunités entrepreneuriales : une étude exploratoire », thèse de doctorat, Université du Québec à Trois-Rivières, Québec, Novembre 2010, p :16.

Conclusion :

A l'issue de ce chapitre, nous avons pu mettre en relief différentes notions relatives à l'entrepreneuriat, permettant, à cet effet, de mieux comprendre ce concept encore nouveau.

On conclue alors l'entrepreneuriat comme phénomène multidimensionnel et hétérogène plusieurs chercheurs ont en fait des études et ont essayé de l'expliquer. On définit donc l'entrepreneuriat comme une nouvelle création, action sur de nouvelles innovations pour bien développer l'économie. En revanche ce n'est pas reprendre une activité commerciale mais c'est la création pour cela il Ya tant de stratégie à suivre dans un concept d'organisateur et une coordination entre l'entrepreneur, l'entreprise et l'esprit d'entreprendre

Chapitre 2 :
La personnalité de l'entrepreneur

Chapitre 2 : La personnalité de l'entrepreneur

Introduction :

L'entrepreneuriat reste une idée, études et recherches jusqu'à sa réalisation qui se base essentiellement sur l'entrepreneur qui est la cause primordiale dans la réussite ou l'échec du projet. Nous avons alors consacré ce chapitre à l'entrepreneur pour mieux comprendre ses caractéristiques et ses éléments clés de succès. A cet effet, nous avons dans ce chapitre trois sections dans la première section nous entamons les principales caractéristiques de l'entrepreneur, dans la deuxième section nous développons les typologies de l'entrepreneur et dans la dernière section nous présentons les éléments clés de succès de l'entrepreneur.

Section 1 : les caractéristiques de l'entrepreneur

Des nombreux travaux ont cherchés à mettre à jour les caractéristiques individuelles favorables à l'entrepreneuriat. 4 caractéristiques ont été identifiées. La chance ou la santé pourtant déterminants dans certains projets sont ici écartées.

2.1.1. L'entrepreneur est un organisateur :

L'entrepreneur est l'être ingénieux qui sait habilement organiser les ressources (ou de façon originale), ressources nécessairement limitées. Il ne suffit donc pas d'être innovateur pour être entrepreneur. Il faut ensuite être capable de réunir les ressources et de les organiser de façon à développer et à commercialiser l'innovation. L'organisation est souvent l'obstacle de l'innovateur qui ne sait pas comment passer de l'idée à l'application. Il doit donc à ce moment s'associer à un organisateur pour créer ainsi un entrepreneur à deux têtes (sinon trois ou plus), ou acquérir rapidement ses galons de gestionnaire.¹

2-1-2 : l'entrepreneur et le leadership :

L'entrepreneur est avant tout un leader qui sait animer des équipes, s'adapter à leurs besoins et les conduire vers l'atteinte des buts et des objectifs qu'il a assignés. L'entrepreneur, doit aider ses collaborateurs dans leur développement personnel et de ce point de vue, il est beaucoup plus qu'un manager, il est aussi un leader of people. Cunningham et Lischeron (1991) pensent que cette vision de l'entrepreneur constitue l'aspect non technique et que celui qui entreprend doit être également un people manager ou un leader/mentor qui joue un rôle dans la motivation, la direction et la conduite de son personnel. Ils utilisent, pour appuyer leur point de vue, les propos de Kao : « Thus, the entrepreneur must be a leader, able to define a

¹ P-A Julien et M Marchesnay, op.cit., p.p. 52-53

vision of what is possible, and attract people to rally around that vision and transform it into reality ». Ceci a bien évidemment des incidences sur l'éducation et la formation des entrepreneurs, même s'il n'est pas toujours évident « d'enseigner le leadership »¹

2.1.3. L'entrepreneur et l'innovation :

De nombreuses personnes pensent que la caractéristique essentielle du comportement entrepreneurial est l'innovation. Les entrepreneurs doivent donc témoigner d'une réelle créativité et d'une capacité à innover. Leur fonction principale est l'innovation et l'introduction, dans un environnement donné, de nouvelles combinaisons productives. Dans ses conditions, l'innovation, la créativité et la découverte d'opportunités constituent des éléments clés du phénomène entrepreneurial. S'inscrivent dans ce courant de pensée des économistes qui ont travaillé sur l'innovation ou sur l'opportunité et aussi des spécialistes des sciences de gestion qui considèrent comme essentiel le processus de reconnaissance des opportunités. L'innovation ne doit pas être entendue comme étant nécessairement une innovation de rupture. Elle a une offre d'affirmer une certaine compétitivité.²

2.1.4. L'entrepreneur est souvent un joueur :

Beaucoup d'entrepreneurs sont des joueurs qui aiment les défis pour les défis. On a beaucoup épilogué sur cet esprit d'aventure et donc sur l'esprit de risque de l'entrepreneur. Il est vrai que créer une entreprise ou commercialiser une innovation peut présenter un risque important. Plusieurs études ont montré que, le plus souvent le jeune entrepreneur connaît mal ses coûts et les potentialités du marché. C'est vrai aussi pour l'entrepreneur plus aguerri qui innove de façon importante. L'innovation relève d'abord de l'incertitude. Preuve en est la

¹ A Fayolle, « Entrepreneuriat : Apprendre à entreprendre » op.cit., p. 75.

² IBID, p. 73

difficulté de trouver le financement de démarrage pour une jeune entreprise ou pour sentir une PME très innovatrice. Mais, lorsque le jeune entrepreneur lance son entreprise ou développe son invention, il croit fermement que ce sera un succès, et que le retour sur le capital investi sera bon. L'idée du risque, si présente dans les analyses sur l'entrepreneuriat, s'explique par la difficulté à bien distinguer l'incertitude du risque. L'entrepreneur n'est jamais assuré de la réussite. Mais, jusqu'à preuve du contraire, il croit au succès. Ce sont les observateurs extérieurs, et souvent après coup, qui mesurent le risque qu'il a dû supporter.¹

¹ P-A Julien et M Marchesnay, *op.cit.*, p 53.

**Tableau 2 : Caractéristiques le plus souvent attribuées aux entrepreneurs par les
Spécialistes en comportement**

Innovateurs	Besoin de réalisation
Leaders	Internalité
Preneurs de risques modérés	Confiance en soi
Indépendants	Implication à long terme
Créateurs	Tolérance à l'ambiguïté et à l'incertitude
Énergiques	Initiative
Persévérants	Apprentissage
Originaux	Utilisation de ressources
Optimistes	Sensibilité envers les autres
Orientés vers les résultats	Agressivité
Flexibles	Tendance à faire confiance
Débrouillards	Argent comme mesure de performance

Source : Louis Jacques FILION, « Le champ de l'entrepreneuriat : Historique, évolution, tendances », Article scientifique, Revue internationale PME, Janvier 1997, London, vol. 10, no. 2, 1997, p 9.

Section 2 : les typologies de l'entrepreneur

Dans cette section, nous développons les typologies de l'entrepreneur selon les auteurs les plus connus qui ont écrit et mené des recherches dans le domaine de l'entrepreneuriat.

Tableau3 : les typologies de l'entrepreneur

Auteurs	Date	Typologies
Schumpeter	1935	Entrepreneur commerçant, capitaine d'industrie, le directeur salarié et le fondateur.
Smith	1967	Entrepreneur artisan et opportuniste.
Laufer	1950-1970	Entrepreneur : - manager ou innovateur. - l'entrepreneur propriétaire orienté vers la croissance. - l'entrepreneur orienté vers l'efficacité. - l'entrepreneur artisan.
Julien et Merchesnay	1987	Deux types de propriétaires dirigeants : -P.I.C : pérennité, indépendance et croissance. -C.A.P : croissance forte, autonomie, et peu de pérennité.
Lafuente et Salas	1989	Quatre types de nouveaux entrepreneurs : Artisan, orienté vers le risque, orienté vers la famille, managérial.
Fillion	1999	Les six types de propriétaire dirigeants de PME : Le bucheron, le papillon, le libertin, le bricoleur, le converti et le missionnaire.

Source :Elaboré par l'étudiante, sur la base

-january kasereka kombi, « Dynamique entrepreneurial en territoire de lubero », Mémoire de licence en économie et finance, Université catholique du Graben, 2008, <http://www.memoireonline.com/12/09/2935>, consulté le 15/02/2017.

- L-J. FILLION, « Six types de propriétaire- dirigeant de PME », Article paru dans la Revue Organisations & territoires, février 2000, p. 2

-L-J. FILLION, « Typologie d'entrepreneur- est-ce vraiment utile », Cahier de recherche n° 2000-14, Montréal, Octobre 2000, P4.

“Ces travaux relèvent également, chez ces dirigeants, deux composantes de la culture managériale : une liée au métier et au plaisir de l'exercer et l'autre liée au projet de création ou de reprise d'entreprise. Cette double culture paraît impacter leurs représentations en matière de développement, ces dirigeants oscillant toujours entre deux tendances : chercher la prospérité et la croissance de leur entreprise ou alors, une fois atteinte une certaine stabilité financière, se concentrer sur le métier, le produit, la qualité du travail, le projet de vie”.¹

2.2.1. La typologie selon Schumpeter :

“Schumpeter (1935) repère quatre types historiques d'entrepreneurs :

1. **Le fabricant commerçant** présente le plus souvent un projet capitaliste. Les fonctions exercées par ce type d'entrepreneurs sont multiples, et ce dernier transmet sa position essentiellement de façon héréditaire.
2. **Le capitaine d'industrie** agit soit par influence personnelle, soit dans le but d'acquérir la propriété ou le contrôle de la majorité des actions.
3. **Le directeur salarié** possédant un statut particulier, peut être intéressé ou non aux résultats de l'entreprise.
4. **Le fondateur** s'implique très fortement au tout début de la vie de l'entreprise. Il lance l'affaire, puis, assez rapidement, se retire.

Dans l'analyse de Schumpeter les types d'entrepreneurs sont déterminés plutôt par les fonctions qu'il met en œuvre et les positions dans lesquelles il se trouve. Contrairement aux autres

¹ P-Duperray, « Comment les dirigeants de petite structure se représentent-ils le développement de leur affaire », Humanisme et Entreprise, n°307, 2/2012, p.5.

typologies que nous avons présentées. Les buts et les motivations de l'entrepreneur ne sont pas pris en compte"¹.

2.2.2. La typologie selon Smith :

Dans son ouvrage « The entrepreneur and his firm »² paru en 1967, Smith propose deux types d'entrepreneur : l'entrepreneur artisan et l'entrepreneur opportuniste.

Selon l'auteur, l'entrepreneur artisan possède peu d'éducation mais une forte compétence technique. Le travail constitue le centre d'intérêt de cet entrepreneur et il adopte une attitude paternaliste au sein de son entreprise. Il craint de perdre le contrôle de son entreprise et refuse la croissance pour celle-ci. Pour sa part, l'opportuniste possède plus d'éducation et ses expériences de travail sont diversifiées et nombreuses. Cet entrepreneur s'identifie plus à la gestion et son attitude est non-paternaliste. Il ne refuse aucunement la croissance et ne craint pas la perte de contrôle de son entreprise.³

2.2.3. La typologie selon Laufer :

Jacqueline Laufer, dans son étude réalisée entre 1950 et 1970, a analysé soixante cas de création d'entreprises. En croisant la motivation dominante à la création d'entreprise et les buts principaux de l'entrepreneur, elle met en évidence quatre types d'entrepreneurs⁴ :

¹ A Fayolle, « Le métier de créateur d'entreprise », op.cit, p .59

² <http://www.worldcat.org/title/entrepreneur-and-his-firm-the-relationship-between-type-of-man-and-type-of-company/oclc/935547>, Consulté le 20/02/2017

³ Lorrain, Jean Dussault, Louis « les entrepreneurs artisans et opportunités : une comparaison de leurs comportement de gestion », Revue internationale P.M.E, 12 /1988, p.159.

⁴ A Fayolle « Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre », op.cit , p.p . 77-78.

L'entrepreneur manager ou innovateur :

Ce type d'entrepreneur est motivé par les besoins de création, de réalisation et de pouvoir. Ses buts s'articulent prioritairement autour de la croissance et de l'innovation.

L'entrepreneur propriétaire orienté vers la croissance :

“ L'objectif de croissance est également présent pour cet entrepreneur, mais l'autonomie financière représente également un objectif important et la recherche d'équilibre entre croissance et autonomie constitue une préoccupation permanente. Ses motivations à la création d'entreprise sont proches de celles de la figure précédente, avec un besoin de pouvoir beaucoup plus marqué.

L'entrepreneur refusant la croissance mais recherchent l'efficacité :

Cet entrepreneur choisit clairement un objectif d'indépendance et refuse la croissance qui pourrait l'amener à ne pas atteindre ce but prioritaire. Ses motivations sont beaucoup plus centrées sur les besoins de pouvoir et d'autorité. Très fréquemment l'orientation technique de l'entrepreneur et de l'entreprise est accentuée.

L'entrepreneur artisan :

On retrouve dans cette approche une figure d'entrepreneur déjà évoquée. La motivation centrale est le besoin d'indépendance et l'objectif essentiel est la survie de l'entreprise. A cet égard, l'indépendance est plus importante que la réussite économique.”¹

2.2.4. La typologie selon Julien et Merchsney :

Julien et Merchsney ont proposé deux types d'entrepreneurs à partir d'une logique d'action basée sur quatre critères : la pérennité, l'indépendance la croissance et l'autonomie

¹ A Fayolle « Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre », op.cit. , p.p . 77-78.

Ces buts ne sont pas envisagés totalement séparément par les entrepreneurs, ils les combinent cela permet d'observer alors deux principaux types d'entrepreneurs :

- **L'entrepreneur expert (PIC)**

“ L'entrepreneur expert a pour objectif de fonder sa propre entreprise ou il pourra mettre à profit ses connaissances techniques provenant d'un métier ou d'un artisanat par exemple. Il s'apparente au style PIC (pérennité, indépendance, croissance). Craignant l'endettement, il préfère conserver et accumuler son patrimoine plutôt que d'avoir à le partager avec des associés à l'extérieur de sa famille. Son but n'est pas de faire croître son entreprise et de gérer beaucoup d'employés, mais de miser sur son expertise afin de créer son propre emploi et de faire suffisamment d'argent pour en vivre. Il connaît son travail par cœur et possède un souci élevé du détail. C'est lui le boss et il a tendance à tout surveiller. Il dispose donc d'un pouvoir d'expert qui l'amène à garder un contrôle direct sur toutes les activités de son entreprise, déléguant une partie de l'ouvrage, mais jamais l'ensemble. Juste assez pour exécuter les tâches demandées. D'autant plus qu'il a de la difficulté à faire aux autres étant donné qu'il se considère comme le spécialiste en la matière. Quand il faut lui-même le travail, il sait que cela va être bien fait”¹.

- **L'entrepreneur-développeur (CAP)**

“ L'entrepreneur-développeur aime faire fructifier la valeur des produits et services. Il ne veut pas faire tout lui-même, car il sait qu'il lui manque des connaissances et des compétences clés. C'est pourquoi il s'entoure d'un réseau, d'associés, d'employés souvent plus compétents que lui afin de le compléter. Ce type d'entrepreneur

¹ <https://enaffaires.wordpress.com/2015/05/21/profil-dentrepreneur-etre-pic-ou-etre-cap/>

s'apparente au style CAP (croissance, autonomie, pérennité). Opportuniste, il recherche le défi et l'accomplissement de soi plutôt qu'un travail. L'aspect relationnel constitue une de ses principales forces. Il a la capacité de créer des liens de confiance, ce qui facilite la délégation des responsabilités. Il dispose aussi d'une vision globale et une grande capacité d'autocritique, ce qui l'aide à bien percevoir ses forces et ses faiblesses en lien avec ses propres objectifs et ceux de l'organisation. Ce portrait de ses compétences ne serait être compte sans nommer sa fluidité créative et sa capacité de résoudre les problèmes complexe. Presque romantique, son approche stratégique est riche en émotions puisqu'elle est basée sur sa vision, ses idéaux et son intuition du marché plutôt que sur des faits, des plans et des chiffres. Il n'est pas rare qu'il fasse aussi la promotion de valeurs tant humaines que commerciales".¹

2.2.5. L'entrepreneur selon Lafuente et Salas

Lafuente et Salas (1989) ont introduit dans leur typologie les dimensions du risque et de l'entreprise familiale. Ce sont là des dimensions fortes pertinentes où nous pouvons aussi considérer des niveaux : certains dirigeants évoluent à partir de niveaux de risques élevés de façon plus fréquente que d'autres, certains voient le risque comme une dimension cyclique dont il faut tenir compte lors du lancement de nouveaux produits. Quoiqu'il en soit, il s'agit là d'une dimension capitale dans l'activité entrepreneuriale.²

2.2.6. L'entrepreneur selon Fillion

Fillion distingue six types de propriétaire dirigeants de PME en fonction de l'indépendance du dirigeant et de son ouverture sur l'extérieur. Cette distinction est le résultat de

¹ <https://enaffaires.wordpress.com/2015/05/21/profil-dentrepreneur-etre-pic-ou-etre-cap/>

² Louis Jacques FILLION « Six types de propriétaires-dirigeants de PME », Revue Organisations & Territoires, Volume 9, N° 1, Hiver, Montréal, 2000, P3-4.

deux études empiriques. La première étude a été menée auprès d'une centaine d'entrepreneurs ayant créé une PME au Québec. La deuxième étude a été menée auprès d'une vingtaine de PME dans quatre pays : la Finlande, la Suède, l'Écosse et la Suisse¹.

- **Le bucheron** : « Le bucheron est le type le plus courant de proprio-dirigeant de PME. Certains bucheron qui auront réussi, deviendront éventuellement des missionnaires ».
- **Le papillon** : D'après Fillion Le papillon s'apparente à ce qui est temporaire, occasionnel, passager. On pourrait le décrire comme une girouette, un opportuniste, un séducteur, un caméléon. Son style, ses goûts, ses intérêts sont en mutation permanente. Il est stimulé par ce qui est différent et toujours fortement attiré par la nouveauté. Lorsqu'il vieillira, s'il décide de se brancher dans une entreprise, il risque fort de devenir un libertin.
- **Le libertin** : Appelé aussi le sportif, il vient souvent d'un milieu aisé. Pour lui, travailler c'est pour gagner de l'argent. Il consacre aussi du temps pour ses loisirs.
- **Le bricoleur** : Il a un autre emploi sécuritaire pour garantir une stabilité financière et pour lui permettre de mieux confronter son entreprise qui constitue son job préféré. Le bricoleur ne prend pas de décision à son travail officiel car il a un niveau moyen, mais dans son entreprise c'est le premier preneur de décisions.
- **Le converti** : Il part d'une découverte à partir de laquelle il construit son avenir ou il investit toute son énergie et ses efforts. D'après Fillion « Plusieurs créateurs et inventeurs font partie de cette catégorie. En effet, les convertis qui viennent de la Recherche et Développement et du Marketing/Vente semblent être ceux qui réussissent le mieux »

¹L-J Fillion, « Sis types de propriétaires dirigeants de PME », op.cit., p5

- **Le missionnaire** : Le missionnaire est passionné de son entreprise. Il a une connaissance parfaite de son produit et de son marché. Il a une culture organisationnelle ou il délègue les responsabilités à son équipe et il est ouvert à toute proposition. De ce fait, il a aussi l'esprit de groupe"¹.

¹ L-J Fillion, « Sis types de propriétaires dirigeants de PME », op.cit., p5

**Tableau 4 : Critères les plus couramment utilisés pour l'élaboration de typologies en
entrepreneuriat**

Concept de soi
Engagement
Racine systémique
Vision
Système relationnel
Délégation
Finalité
Autonomie
Capacité d'adaptation
Créativité
Innovation
Besoin de réalisation
Besoin de pouvoir
Besoin de reconnaissance
Besoin de sécurité
Attitude face à la croissance
Attitude dans les relations interpersonnelles
Attitude face aux profits
Attitude face au risque
Style de leadership
Style de management
Style de prise de décision
Style stratégique

Source : Louis Jacques FILION « Six types de propriétaires-dirigeants de PME », Revue Organisations & Territoires, Volume 9, N° 1, hiver, Montréal, 2000, P5

Section 3 : les éléments clés de succès de l'entrepreneur

L'analyse d'un grand nombre d'expériences entrepreneuriales permet de dégager dix facteurs principaux ou éléments clés susceptibles de concourir au succès de l'entrepreneur.¹

2.3.1. " La connaissance de soi :

C'est l'entrepreneur qui, par sa personnalité, donne tout son sens au projet d'entreprise qu'il nourrit. Il en est la clé de voute. Le futur entrepreneur doit se connaître à fond avant de choisir son projet d'entreprise. Ainsi, il pourra répondre de sa capacité de supporter l'édifice à construire, et sera en mesure de réussir aux inévitables pressions.

2.3.2. Les caractéristiques personnelles :

L'entrepreneur type possède des attitudes, des motivations, des comportements et des habiletés compatibles avec sa fonction. Ces acquis sont caractéristiques et bien identifiés. L'entrepreneur potentiel qui a appris à se connaître saura vérifier si son propre profil correspond à celui de l'entrepreneur type. Il devra pouvoir concentrer son énergie sur un projet ou un objectif sans se laisser distraire tant qu'il n'aura pas réalisé ou atteint son but.

2.3.3. Les connaissances en gestion :

L'entrepreneur est non seulement le propriétaire de son entreprise, il est aussi le dirigeant. La personne qui se connaît à fond et se sait habitée par les qualités d'entrepreneurs augmente ses chances de succès par l'acquisition de connaissances de gestion, notamment en marketing et en finances. Une entreprise n'est jamais plus forte que la personne qui la dirige. D'où l'intérêt à bien se préparer pour diriger son entreprise"².

¹ P-A Fortin, « Devenez entrepreneur : préface de Claude Béland », Les Editions transactionnel, avril 2007, p.p.57-58.

² IBID, p.p. 57-58.

2.3.4. " L'expérience technique :

Si un individu ne connaît pas suffisamment le secteur d'activité dans lequel il se propose de se lancer, il devrait d'abord tenter d'accumuler une certaine expérience technique dans ce domaine, ou du moins se documenter abondamment sur le sujet.

2.3.5. La connaissance du marché :

L'entrepreneur bien au fait de son marché potentiel et, par ailleurs, suffisamment connu de ce dernier, pourra ainsi réduire les délais de pénétration du marché et diminuer le risque de voir ses produits ou services s'avérer peu conformes à la demande ou au besoin. L'appartenance à des réseaux de clientèle apparaît primordiale. D'ailleurs, comme le marché joue un rôle essentiel dans le succès d'une entreprise, aussi bien s'assurer qu'on le connaît adéquatement.

2.3.6. Le capital de démarrage :

Le candidat entrepreneur, par son travail et ses économies, devrait avoir accumulé un certain capital de démarrage. Lorsque son avoir personnel est insuffisant, il peut solliciter ses proches ou un « parrain », afin de combler la différence. Il pourra ensuite demander aux institutions financières un prêt personnel lui permettant de se lancer en affaires en toute sécurité. A l'étape du démarrage, la liquidité est un facteur dont l'important dépasse la notion de profit. L'entrepreneur est bien avisé de prévoir un surplus de liquidité pour lui permettre à l'occasion de corriger rapidement une erreur ou de redresser une stratégie. Le temps joue un rôle déterminant dans le succès d'une entreprise. La liquidité permet d'endurer et de durer. Aussi, il est essentiel de

prévoir un coussin de sécurité financière, quitte à démarrer un projet de dimensions plus modestes”¹.

2.3.7. “ Le plan d'affaires :

L'expérience révèle que les entrepreneurs ayant un préalable soigneusement planifié leur projet ont connu le meilleur taux de réussite, même si le déroulement du projet n'a pas toujours été fidèle aux prévisions. Par contre, l'analyse des échecs de maintes entreprises démontre l'absence de planification. Il est fondamental que l'entrepreneur établisse son plan d'affaires, car cet exercice de prévision oblige à un tour d'horizon complet et permet même de dégager des solutions de rechange « au cas où ».

2.3.8. Le choix d'un collaborateur et d'un parrain :

L'entrepreneur devra éventuellement se choisir un associé ou un collaborateur. S'il se connaît bien, et s'il a soigneusement établi les besoins de son entreprise, il pourra alors recruter plus judicieusement la personne capable de le seconder, puis il rassemblera une solide équipe en complément. Le choix éclairé des collaborateurs et membres de l'équipe est indéniablement un élément clé du succès de l'entreprise, dès le démarrage. De plus, l'entrepreneur avisé cherchera à associer à son projet un « parrain » qui agira à titre de conseiller.

2.3.9. La localisation :

L'entrepreneur devrait choisir un environnement favorable à l'entrepreneuriat, où règnent une culture et des valeurs dont profitent les entreprises. Il augmente ainsi ses chances de

¹ P-A Fortin, « Devenez entrepreneur : préface de Claude Béland », op.cit., p.p. 57-58.

progresser et de réussir. L'endroit précis où il «établit son entreprise influe également sur l'étendue de son succès, notamment s'il s'agit d'un commerce ou d'un service”¹.

2.3.10. La période propice de lancement :

Il importe que le lancement du projet soit effectué à la période la plus propice. Un examen poussé des cycles économiques ou saisonniers permettra d'éliminer les périodes qui pourraient s'annoncer néfastes ou défavorables à l'entreprise. Le choix de la meilleure période possible préviendra bien des mauvaises surprises².

Les dix éléments du salut de l'entrepreneur

1. "Reconnais avec sagesse tes qualités et tes faiblesses.
2. Si tu as les habilités, songe alors à te lancer.
3. Si tu n'apprends pas la gestion d'autres te remplacera.
4. Si tu entreprendras une idée dans un domaine familier.
5. Tu vendras avec sûreté si tu connais le marché.
6. Ajouter un emprunt à tes économies, c'est capital pour la survie.
7. Ton plan d'affaires est un exercice salutaire.
8. Un parrain et un associé pourront te compléter.
9. Tu bâtiras ta maison dans un milieu fécond.
10. Choisis le temps propice pour commencer ton édifice”³.

¹ P-A Fortin, « Devenez entrepreneur : préface de Claude Béland », op.cit, p. 59.

² IBID, p.p. 57-58.

³ IBID, P 60.

Conclusion :

A la fin de ce chapitre, nous pouvons conclure que les caractéristiques sont relatives à la personnalité de l'entrepreneur tel que ces compétences, ces motivations, son esprit.

Aussi la réussite du projet entrepreneurial est relative à la qualité de l'appui, le suivi et le conseil apporté par l'entourage de l'entrepreneur. Par ailleurs, la source d'opportunité pour l'entrepreneur c'est l'environnement dans lequel se développe le projet entrepreneurial, il est aussi important pour la réussite ou le frein à l'investissement.

Chapitre 3 :
Le projet entrepreneurial

Chapitre 3 : Le projet entrepreneurial

Introduction :

Depuis une dizaine d'années la création d'entreprise a pris une dimension processuels. Dans notre présent chapitre, nous passons en revue, dans la première section les modèles processuels on citant les résultats de travail des trois chercheurs (Shapero , Bruyat et Gartner), et leurs modèles théoriques. Dans la deuxième section, on développe les facteurs du succès d'un projet entrepreneurial, on présentant les facteurs clés de réussite de l'individu, la méthode de création et business plan.

Section 1 : les modèles processuels du projet entrepreneurial

La reconnaissance, même tardive, du caractère complexe et multidimensionnel de la création d'entreprise a inauguré l'ère de l'approche sur les processus entrepreneuriaux. La diversité des entrepreneurs et de leurs projets d'entreprise a mobilisé plus d'un chercheur, une vingtaine peut-être, dans l'étude du processus entrepreneurial, défini comme suit : « The entrepreneurial process involves all the functions, activities and actions associated with the perceiving of opportunities and the creation of organisations to pursue them ».¹

Selon Van de Ven et Poole, le processus d'innovation apparaît comme « l'invention et la mise en application de nouvelles idées qui sont développées par des individus, qui sont engagés dans des transactions avec d'autres dans la durée, au sein d'un contexte institutionnel et qui jugent les résultats de leurs efforts afin d'agir en conséquence ».²

D'après Fayolle, « les visions que les chercheurs ont du processus une succession d'étapes, un enchaînement ordonné de faits du phénomène, un ensemble organisé d'activités, un système en interaction avec son environnement, ont des conséquences importants du point de vue de la recherche »³.

Plusieurs modèles théoriques cherchent à décrire et à expliquer le processus entrepreneurial, On va entamer les trois modèles suivants :

¹<http://theses.ulaval.ca/archimede/fichiers/21491/ch03.html#d0e3065> consulté le 23/02/2017

² Souleyman Hamza Saloum, « Etudes du processus entrepreneurial modèle de création d'une PME dans le contexte économique et social Marocain », Mémoire de master finance audit et contrôle de gestion, Université Moulay Ismael, 2012, <http://www.memoireonline.com/04/15/9008/Etudes-du-processus-entrepreneurial-modele-de-creation-d-une-PME-dans-le-contexte-economique-et-so.html>, par, consulté le 23/02/2017

³ *ibid* <http://www.memoireonline.com/04/15/9008/Etudes-du-processus-entrepreneurial-modele-de-creation-d-une-PME-dans-le-contexte-economique-et-so.html> consulté le 23/02/2017

3.1.1 Le modèle de Shapero :

Pour Shapero, la création d'entreprise est un phénomène multidimensionnel, il faut pour l'analyser prendre en compte, en plus des caractéristiques psychologiques du créateur, un certain nombre de facteurs contextuels. Pour cet auteur ils sont de trois ordres : la discontinuité, la crédibilité, la faisabilité¹. On va survoler ces différentes composantes :

A. La discontinuité ou déplacement, variable de situation :

Deux types de variables peuvent intervenir selon la situation du créateur, des variables ressenties comme négatives qualifiées de « PUSHES » et des variables positives qualifiées de « PULLS ».

- **Les situations négatives** : La création peut constituer parfois la seule possibilité d'intégration pour l'individu dans un nouveau lieu de vie suite à un déplacement physique. En outre il peut s'agir d'accidents, de situations liées à l'emploi. Les situations négatives peuvent prendre la forme d'une insatisfaction dans le travail.
- **Les situations positives** : Les facteurs qui peuvent agir comme catalyseur sur le créateur potentiel peuvent être par exemple la découverte d'un nouveau produit, d'un nouveau savoir-faire, ou la découverte d'un nouveau marché pour un produit existant, la découverte d'une possibilité de financement, la rencontre

¹ Souleyman Hamza Saloum, « Etudes du processus entrepreneurial modèle de création d'une PME dans le contexte économique et social Marocain », op.cit, <http://www.memoireonline.com/04/15/9008/Etudes-du-processus-entrepreneurial-modele-de-creation-d-une-PME-dans-le-contexte-economique-et-so.html> consulté le 26/02/2017

d'un futur gros client, la rencontre d'un partenaire ou d'un futur associé qui est complémentaire à la personnalité et aux compétences du créateur.

Elles ne sont pas mutuellement exclusives mais au contraire peuvent aller de pair et se renforcer. Ainsi une insatisfaction au travail et la possibilité de trouver un financement suite à la découverte d'une idée peuvent se renforcer et amener à la décision de création.

On remarquera dans le cas pratiques exactement les deux variables ont agi. D'abord la nécessité de formaliser son activité (PUSHE) et ensuite la découverte d'un créneau (PULL) .

B. La crédibilité de l'acte, variable sociologique

Selon Shapero, pour qu'un entrepreneur réussisse à créer sa nouvelle structure, il faut qu'il puisse s'imaginer dans le rôle, c'est-à-dire que l'acte doit être crédible. On parle de variable sociologique qui intervient à différents niveaux :

- **La famille** : les études ont démontré la surreprésentation des entrepreneurs ayant un parent entrepreneur, comparativement à la population.
- **Le milieu professionnel** : Certains environnements sont plus propices à la constitution de réseaux qui facilitent la création d'entreprise.
- **Le milieu social au sens large** : Selon Weber , la religion constitue un déterminant essentiel, le protestantisme par exemple aurait favorisé le développement de l'esprit capitaliste.

L'entrepreneur est le fruit de son milieu (famille, école, entreprises, groupes sociaux), donc il peut être très bien influé des tendances de son entourage.

C. La faisabilité de l'acte, variable économique

Les 6 M des américains résument la plupart des besoins d'une entreprise : « Money, Men, Machines, Materials, Market, Management ». ¹

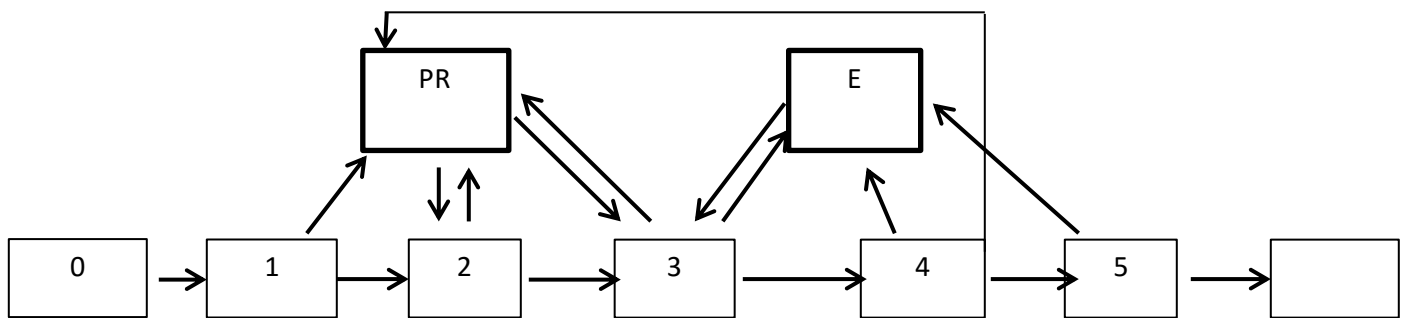
3.1.2. Le modèle de Bruyat :

Christian Bruyat "propose une forme générique du processus de création d'entreprise. Son idée est, avant tout, identifier des temps forts, des changements de rythme dans l'activité ou dans l'effort fourni, et d'indiquer l'importance de certaines décisions intermédiaires ou irréversibles. Même si tout découpage est fondamentalement virtuel, celui qui est développé dans la thèse de cet auteur, et qui s'inspire, lui aussi, de travaux antérieurs, permet aisément de mieux appréhender et comprendre un processus complexe, dans ce contexte il schématise le processus de création d'entreprise sous une forme générique"² comme suit :

¹ Souleyman Hamza Saloum, « Etudes du processus entrepreneurial modèle de création d'une PME dans le contexte économique et social Marocain », op.cit, <http://www.memoireonline.com/04/15/9008/Etudes-du-processus-entrepreneurial-modele-de-creation-d-une-PME-dans-le-contexte-economique-et-so.html> consulté le 26/02/2017

² A-FAYOLLE, « Le métier de créateur d'entreprise », Editions d'Organisations, 2003, p. 76.

Figure n°1 : La forme générique du processus d'entreprise de Bruyat (1993)



Source : Aymen BEN CHEIKH, « L'intention de créer une Start-up en TIC », Mémoire de master en entrepreneuriat, Institut Supérieur de gestion, Sousse Tunisie, 2008 http://www.memoireonline.com/05/08/1137/m_intention-creer-start-up-ingenieurs-tunisiens16.html, consulté le 26/02/2017

La position 0¹ : signifie que la possibilité de créer une entreprise n'est pas perçue. Cette situation peut s'expliquer par une insuffisance d'informations liée à l'éducation, à la personnalité ou à l'environnement de l'individu.

La position 1 : indique que la possibilité de créer son propre entreprise est perçue. Dans cette deuxième situation, l'individu dispose d'une information suffisante pour savoir et comprendre ce qu'est la création d'une entreprise.

La position 2 : veut dire que l'action de créer est envisagée. Dans ce cas, elle est prise en compte par l'individu comme étant une alternative possible à sa situation. L'acteur tente d'identifier quel type d'entreprise il pourrait créer, sans consacrer beaucoup de temps et d'énergie à cette question.

La position 3 : signifie que l'action est recherchée. Dans ces conditions, l'individu cherche activement une idée et essaie de l'évaluer tout en continuant, le cas échéant, d'exercer une activité professionnelle. S'il est demandeur d'emploi, il continue généralement à rechercher un emploi tout en testant son idée de création. Il agit, recherche des informations, réalise des études, développe son projet et y investit du temps et de l'argent. Cette étape peut déboucher sur un abandon de l'idée et du projet ou sur la création d'une entreprise et le passage à l'étape suivante.

¹ A-FAYOLLE, « Le métier de créateur d'entreprise », op.cit., pp.77-78.

La position 4 : indique que l'action est lancée. L'entreprise est créée ; elle commence à produire et à vendre. A ce stade, tout retour en arrière est difficile, voire impossible, le coût financier et psychologique étant trop élevé. L'entreprise est cependant dans une phase très délicate de son existence. Elle reste très fragile et les causes d'échec sont nombreuses.

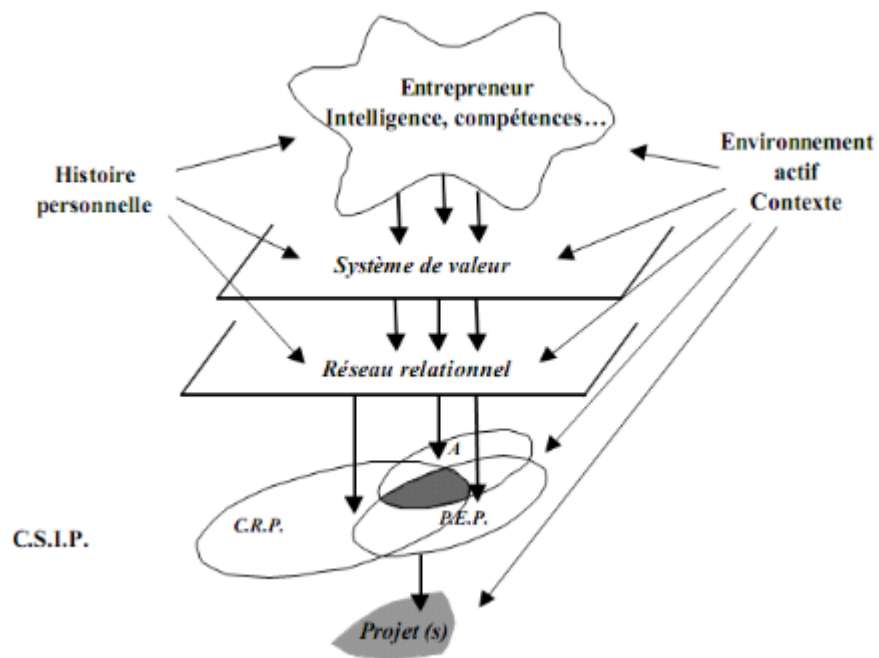
La position 5 : signifie que l'action est réalisée. L'entreprise assure son équilibre d'exploitation. Elle est devenue une entité économique reconnue par ses partenaires extérieurs. Le créateur a réussi son premier examen de passage. Il a apporté la preuve que son projet était viable et il se trouve désormais dans une situation de dirigeant d'une très petite, d'une petite ou d'une moyenne entreprise.

A. La Configuration Stratégique Instantanée Perçue (CSIP) :

Le comportement de l'entrepreneur naissant dépend de la perception qu'il a de sa configuration stratégique instantanée. L'acteur qui entreprend est à la recherche d'une cohérence ou d'une harmonie entre ses aspirations, les états de l'environnement présent et futur, ses capacités, ses compétences et ses ressources internes. La configuration stratégique instantanée perçue est la matrice des décisions/actions de l'individu qui entreprend. L'entrepreneur, disposant d'une intelligence stratégique et d'un style cognitif, appréhendera sa situation au travers de filtres constitués par son système de valeurs et son réseau relationnel, filtres qui se sont constitués au fil du temps et qui sont largement influencés par son environnement actif. Ces filtres informationnels sont susceptibles d'évoluer au cours du processus entrepreneurial. En définitive, le fonctionnement de la CSIP peut être représenté comme l'indique la figure n°2.¹

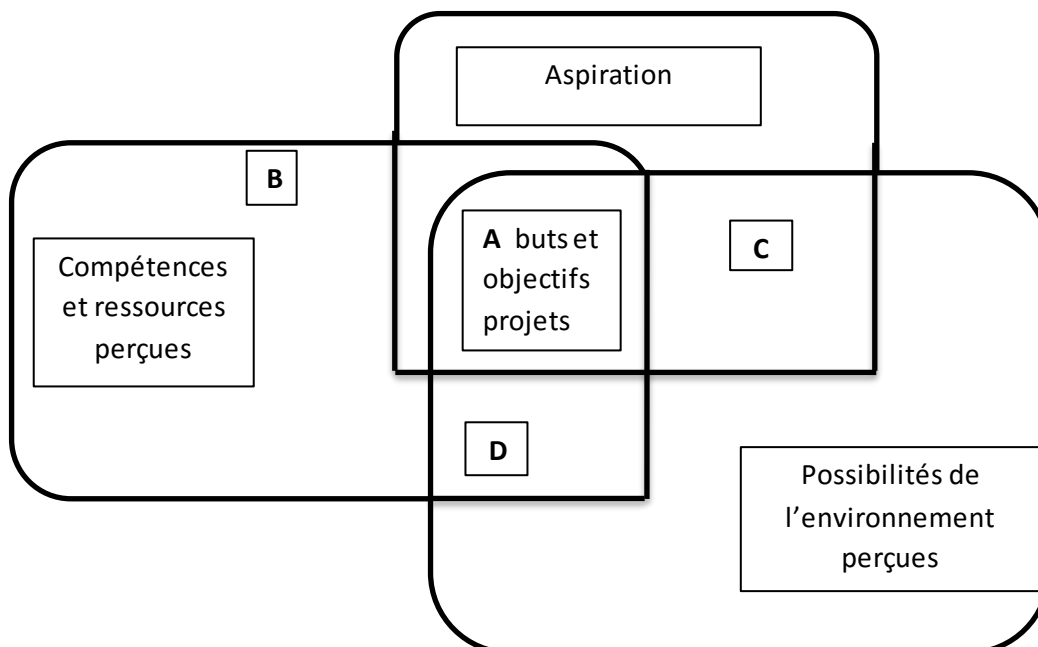
¹ A-Fayolle, « Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre », op.cit., p 55.

Figure2 : La CSIP et l'importance de l'histoire et du contexte.



Source : A-Fayolle, « Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre », op.cit., p57.

Figure n°3 : La CSIP de l'entrepreneur naissant



Source : A-Fayolle, « entrepreneuriat : apprendre à entreprendre », op.cit., P 57

“ L’intersection entre ces trois surfaces fait apparaître plusieurs zones. La zone A est la plus intéressante. Elle correspond à des actions et des projets qui sont perçues par l’individu comme à la fois souhaitables et possibles. C’est dans cette zone de cohérence que sont repérées les opportunités et que se développeront les projets qui seront traduits en termes opérationnels par des buts et, parfois par des buts et, parfois, au fil du temps par des objectifs. Dans cette zone, l’individu considère qu’il a les moyens et les compétences pour développer des projets ayant de bonnes chances d’aboutir et de réussir ; il a une perception positive de sa propre efficacité. La zone B correspond à des actions ou à des projets cohérents avec les aspirations de l’individu et avec ses compétences et ses ressources, mais qui ne semblent pas devoir être acceptés par l’environnement. La zone C correspond à des actions souhaitées et possibles au regard de l’environnement, mais pour lesquelles l’individu estime ne pas avoir les compétences et les ressources nécessaires, sans entrevoir.

La possibilité de se les procurer pour le moment. La zone D est le lieu des actions possibles qui ne correspondent pas ou plus aux aspirations de l’individu”¹.

3.1.3. Le modèle de Gartner :

Bien que la réalité de l’entrepreneuriat ne puisse être saisie dans sa totalité par un seul modèle mais la connaissance du processus entrepreneurial exige une compréhension à travers une synthétisation des phénomènes mis en relation à ce propos, deux modèles ont

¹ A-Fayolle, « Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre », op.cit., p.58.

marqué la recherche en entrepreneuriat. Le premier met en avant l'émergence organisationnelle, le second plus axé sur la notion d'opportunité entrepreneuriale.¹

Le modèle de Gartner² semble le plus approprié, car il permet une meilleure compréhension de l'émergence entrepreneuriale dans ces quatre dimensions regroupées en un ensemble de variables au nombre 53, elles sont en perpétuelle interaction de façon indépendantes d'abord, ensemble ensuite, ce qui constitue l'originalité de ce modèle.

- A. " Variables individuelles : besoin de réussite, lieu de contrôle, tendance à la prise de risque, satisfaction au travail, expérience professionnelle antérieure, parents entrepreneur, âge, éducation.
- B. Variables environnementales : disponible du capital risque , présence d'entrepreneurs expérimentés , main d'œuvre qualifiée , présence de fournisseurs , présence de clients ou de nouveaux marchés , influence gouvernementale , proximité d'université, disponibilité de terrain et d'équipement , présence de moyen de transport, attitude de la population environnante , disponibilité de service de soutien , condition de vie grande diversité de l'emploi et de l'industrie , pourcentage élevé d'immigrants récents dans la population, importante, disponibilité de ressources financières barrières à l'entrée, rivalité entre les concurrents existants , pression des

¹ W- TABET-AOUEL LACHACHI, « Le processus entrepreneurial en Algérie une adaptation du modèle de GARTNER », Les cahiers du cread, 2014, N° 107-108, p.32

² W- TABET-AOUEL LACHACHI, « Le processus entrepreneurial en Algérie une adaptation du modèle de GARTNER », op.cit., pp 33-34.

produits de substitution , pouvoir de négociation des acheteurs, pouvoir de négociation des fournisseurs”¹.

- C. “Variables organisationnelles : domination par les couts , différenciation , focalisation le nouveau produit ou service, concurrence parallèle, entrée sur le marché par la franchise, transfert géographique , manque d’approvisionnement , exploitation des ressources inutilisées, contrats clients, devenir une source de recours, associations, licences, abandon d’un marché vente d’une division, achat favorise par le gouvernement , changement des règles administratives.
- D. Variables processuelles : l’entrepreneur identifie une possibilité d’affaires, accumule des ressources , propose au marché des produits et des service, produit le produit, construit une organisation, et il répond au gouvernement et à la société”².

Notons aussi les autres modèles qui entrent les références de la synthèse, notamment le modèle en trois étapes de Fayolle (Déclenchement, engagement, survie-développement), Modèle de thiery Vestraete.

¹ Souleyman Hamza Saloum, « Etudes du processus entrepreneurial modele de création d’une PME dans le contexte économique et social Marocain », op.cit., <http://www.memoireonline.com/04/15/9008/Etudes-du-processus-entrepreneurial-modele-de-creation-d-une-PME-dans-le-contexte-economique-et-so.html> consulté le 15/03/2017.

² Souleyman Hamza Saloum, « Etudes du processus entrepreneurial modele de création d’une PME dans le contexte économique et social Marocain », op.cit., <http://www.memoireonline.com/04/15/9008/Etudes-du-processus-entrepreneurial-modele-de-creation-d-une-PME-dans-le-contexte-economique-et-so.html> consulté le 15/03/2017.

Section 2 : les facteurs de succès du projet entrepreneurial

Daniel 1996 est le précurseur qui traité de facteurs clés de succès, depuis, plusieurs auteurs ont essayé de définir ce concept. Les définitions sont variées et multiples. Le Tableau suivant en présente quelques-unes¹.

Tableau 5 : définitions des facteurs clés de succès.

Auteurs	Définitions
Rockart (1979)	Un nombre limité de domaines dans lesquels les résultats, s'ils sont satisfaisant rehaussent la performance compétitive de l'organisation.
Boynton et Zmud (1984)	Connaissance, compétence, motif, attitude, valeur ou autres caractéristiques personnelles qui sont essentiels pour exécuter un travail et le différencier par des performances supérieures.
Leidecker et Bruno (1984)	Caractéristiques, conditions ou variables qui quand elles sont suivies, maintenues ou gérées peuvent assurer un impact significatif pour le succès d'une firme.
Brotherton et Shaw (1996)	Des procédés essentiels qui doivent être achevés par la compagnie ou des domaines qui produisent un niveau de compétitivité plus élevé.
Esteves et Pastor (2001)	Ce ne sont pas des objectifs mais des actions et des processus qui peuvent être contrôlés par les gestionnaires afin d'atteindre les objectifs de l'organisation.
Pepds (2004)	Un nombre limité de domaines où les résultats, s'ils sont satisfaisants, garantiront le succès du comportement compétitif de l'organisation, et qui sont fondés sur des objectifs organisationnels communs. Des domaines auxquels il faut accorder une attention spéciale et permanente pour atteindre une performance élevée

Source : S-GUEDDA, mars 2009, « Les facteurs clés de succès qui influencent la performance d'un produit dans un contexte de collaboration touristique réussie », op.cit., p 15

Un examen du tableau 5 révèle qu'un facteur de succès est relié à des procédés, des actions ou même des caractéristiques personnelles qui aident l'organisation à atteindre un niveau de compétitivité et de performance élevé. Toutefois, ils ne peuvent pas dresser une

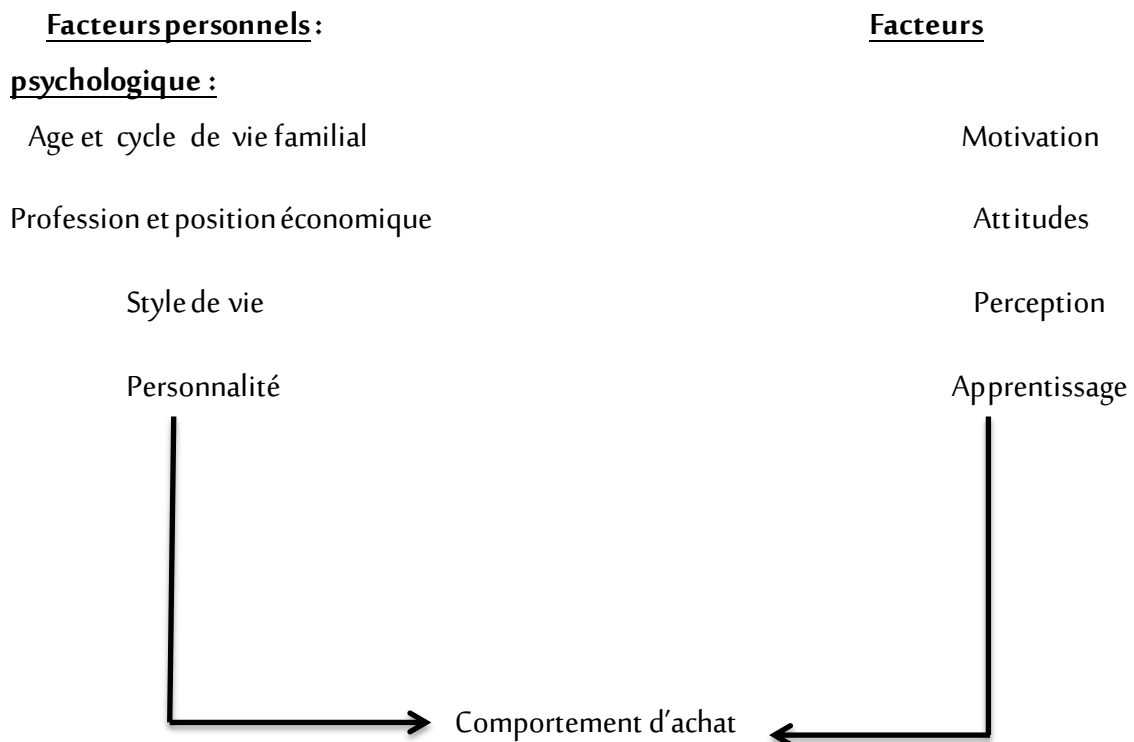
¹ S-GUEDDA, « Les facteurs clés de succès qui influencent la performance d'un produit dans un contexte de collaboration touristique réussie », mémoire de la maîtrise en administration des affaires, université du Québec Montréal, Mars 2009, p 14.

liste exhaustive de ces facteurs pour un projet ou un produit. En effet, ces derniers dépendent en partie du type et des caractéristiques particulières de chaque projet.

3.2.1. Les facteurs liés à l'individu :

Les facteurs individuels correspondent aux caractéristiques personnelles et psychologiques de l'acheteur¹.

Figure n°4 : Les facteurs explicatifs liés à l'individu



Source : U. Mayrhofer, « Marketing : 2^{ème} édition actualisée », Edition Bréal, 2006, P52.

¹ U. Mayrhofer, « Marketing : 2^{ème} édition actualisée », op.cit., p 52.

3.2.1.1. Les facteurs personnels :

Les facteurs personnels concernent l'âge et le cycle de vie familial, la profession et la position économique, le style de vie et la personnalité¹.

A. L'âge et le cycle familial :

Le comportement d'achat d'un individu évolue selon son âge et l'étape de son cycle de vie familial. Le cycle de vie familial peut être décomposé en plusieurs étapes : célibataire, jeune couple sans enfant, couple avec enfants à charge, couple âgé sans enfants à charge et personne âgée seule.

B. La profession et la position économique :

La profession exercée par un individu affecte également le comportement de consommation. Elle détermine largement sa position économique (revenue, patrimoine, capacité d'endettement et attitude vis-à-vis de l'épargne et du crédit).

C. Le style de vie :

Le style de vie (ou socio style) désigne le système de repérage d'un individu à partir de ses activités, ses centres d'intérêt, ses valeurs, ses valeurs personnelles et ses opinions. Il intègre à la fois des facteurs sociaux et personnels.

D. La personnalité :

La personnalité d'un individu peut être définie comme l'ensemble des caractéristiques psychologiques distinctives qui engendrent un mode de réponse stable et cohérent à une situation (par exemple introversion vs extraversion, impulsivité vs

¹ U. Mayrhofer, « Marketing : 2ème édition actualisée », op.cit., pp 52-53.

comportement réfléchi, activité vs passivité). La notion d'image de soi décrit la façon dont l'individu se considère et comment il pense que les autres le perçoivent"¹.

3.2.1.2. Les facteurs psychologiques :

“La psychologie d'un individu est influencée par la motivation, les attitudes, la perception et l'apprentissage

A. La motivation :

Une motivation correspond à un état interne de l'individu, qui suscite et oriente sélectivement sa réaction vers des buts spécifiques. Plusieurs psychologues ont développé des théories de la motivation.

- La motivation selon S. Freud :

La théorie freudienne de la motivation soutient que les besoins de l'individu sont largement inconscients. Celui-ci réprime de nombreux désirs lors de son développement et son acceptation progressive de la vie en société. Ces désirs sont présents et difficiles à maîtriser. Par conséquent, le comportement individuel est complexe et peut correspondre à la mise en jeu de facteurs plus ou moins profonds

- La motivation selon A. Maslow :

La théorie proposée par A. Maslow est fondée sur l'hypothèse que les besoins n'ont pas la même importance et qu'un individu cherche d'abord à satisfaire le besoin le plus important. La psychologie établit une pyramide qui permet de hiérarchiser les besoins en besoins physiologiques (faim, soif, sommeil), besoins de sécurité (abri, protection, stabilité), besoins

¹ U. Mayrhofer, « Marketing : 2^{ème} édition actualisée », op.cit., pp 52-53.

d'appartenance (et d'affection), besoins d'estime (reconnaissance, respect, statut) et besoins d'accomplissement de soi"¹.

3.2.2. Les facteurs liés à la méthode de création :

Le facteur lié à la création d'entreprise se projette à l'accompagnement entrepreneurial et à la rédaction d'un business plan.

3.2.2.1. L'accompagnement dans le champ de l'entrepreneuriat :

La création d'entreprises est devenue un objet d'étude en sciences sociales comprenant de nombreuses spécialisations dont celle dédiée à l'analyse des systèmes de soutien et des politiques gouvernementales. En reprenant l'éditorial de la Revue de l'Entrepreneuriat, on mesure d'ailleurs toute l'importance actuelle de la thématique de l'accompagnement dans ses différentes déclinaisons compte tenu de son utilité perçue².

Ainsi, l'accompagnement des créateurs s'est déployé sous diverses formes, mobilisant des structures variées, faisant intervenir de nombreux acteurs avec parfois des conflits d'intérêts ou sans toujours prendre suffisamment en compte les représentations mentales en œuvre dans le processus entrepreneurial. En effet, l'entrepreneuriat renvoie à une dimension subjective. Or, la représentation en tant que « perception d'une situation vécue du point de vue du sujet » constitue « la matière première du coaching ». Le développement de savoir-être entrepreneuriaux n'est donc pas chose aisée et si la réflexion sur l'accompagnement peut, par ailleurs, être reliée à des problématiques plus anciennes relatives à la formation, dans

¹ U. Mayrhofer, « Marketing : 2^{ème} édition actualisée », op.cit., p 53-54.

²S-Antipolis, « Entreprendre et innover dans une économie de la connaissance », 6^{ème} congrès de l'académie de l'entrepreneuriat, 19-20 et 21 novembre 2009, p. 9.

tous les cas, la question reste de savoir que communiquer à des individus désireux de se lancer en affaires¹.

Le processus d'accompagnement repose sur certains facteurs clés, notamment sur l'expertise et les compétences des accompagnateurs. Ces derniers ont des approches et des techniques qui relèvent d'avantage du conseil (mentorat ou coaching) que de la consultation (ou les services sur demande). Tel que mentionné, il est aujourd'hui démontré que la forme la plus efficiente d'accompagnement est celle qui permet un apprentissage facilitant les premières actions de l'entrepreneur, comme définir, bâtir et valider son modèle d'affaires et sa proposition de valeur, convaincre des banquiers et des investisseurs, mobiliser les subventions, obtenir de l'information juridique et surtout signé les premiers contrats /organiser les premiers ventes².

“ L'accompagnateur doit ainsi prendre le temps nécessaire pour découvrir la personnalité de l'entrepreneur, ses réalisations, ses craintes et ses ambitions, l'avancement du projet. D'un autre côté, l'entrepreneur doit être ouvert à l'idée de partager les informations sur son projet d'entreprise, mais aussi ses perceptions, sentiments et émotions (ex : inquiétudes, ambitions, enjeux personnels et professionnels...). Dans ce contexte, l'entrepreneur doit communiquer ses besoins en accompagnement et valider s'il nécessite du mentorat ou du coaching. Il doit également être ouvert à recevoir de la rétroaction. LE mentorat est une relation personnelle orientée vers des objectifs de nature professionnelle ou personnelle à moyen et long termes, alors que dans le cas du coaching,

¹ S-Antipolis, « Entreprendre et innover dans une économie de la connaissance », op.cit, p 9.

² Manaf Benchentouf, « L'accompagnement entrepreneurial pour la start-up », publié le 03/02/2017

<http://www.lesaffaires.com/blogues/coefficient-entrepreneurial/l-accompagnement-entrepreneurial-pour-les-start-ups/593121>
consulté le 24-03-2017.

la relation est plutôt fonctionnelle, c'est-à-dire qu'elle est orientée vers les tâches à accomplir à court terme.

In fine, ce qu'il faut retenir, c'est que l'accompagnement offert aux start-ups dans les phases de prédémarrage et de démarrage est orienté vers l'entrepreneur afin de le soutenir dans la création d'une entreprise innovante, évolutive et avec un potentiel de croissance important"¹

L'accompagnement n'a pas pour objectif de fournir les solutions, mais il doit plutôt soutenir et orienter l'entrepreneur dans la recherche de ces solutions. Les conseils offerts par les mentors, les coaches ou les organismes d'accompagnement (ex : accélérateurs et incubateurs) peuvent porter sur des questions financières, stratégiques ou encore aider à développer le réseau d'affaires et de compétences du/ des fondateur(s)²

3.2.2.2 Le business plan :

Le business plan permet d'avoir de la visibilité sur la stratégie qu'on compte mettre en place lors du lancement d'un projet. Il a pour but de synthétiser les grands axes et de rendre les étapes plus claires pour toutes les entités économiques impliquées³.

- "Son objectif premier est d'inciter le créateur à travailler son projet et à le formaliser de façon exhaustive et détaillée, en s'assurant qu'il n'a rien oublié. Cette démarche, au demeurant extrêmement intéressante, va lui permettre d'acquérir une vision globale de sa future activité et d'évaluer

¹ Manaf Benchentouf, « L'accompagnement entrepreneurial pour le start-up », op.cit., <http://www.lesaffaires.com/blogues/coefficient-entrepreneurial/l-accompagnement-entrepreneurial-pour-les-start-ups/593121> consulté le 24-03-2017

² IBID

³ <http://www.petite-entreprise.net/P-2802-88-G1-a-quoi-sert-un-business-plan.html> consulté le 24/03/2017.

précisément les bénéfices qu'elle devra réaliser pour couvrir la totalité de ses frais, rémunérer son personnel et se développer.

- Son deuxième objectif est de convaincre les partenaires de la future entreprise de s'engager à ses côtés : banques, organismes d'accompagnement des créateurs d'entreprises, services publics, médias... Le business plan doit montrer que le créateur a la capacité de conduire et manager son projet, qu'il a une bonne connaissance de son marché et de sa concurrence, que le positionnement qu'il a défini pour son activité ou son produit est pertinent, qu'il est prêt à exploiter ses atouts et à corriger ses faiblesses et que les objectifs et moyens qu'il s'est fixé sont réalistes et cohérents"¹.

3.2.3. Les facteurs liés au projet

" Il important de s'intéresser à deux dimensions spécifiques liées au projet entrepreneurial. D'une part l'adéquation entre le projet et l'individu et d'autre part le capital financier.

A. L'adéquation entre le projet et l'individu :

Même si une bonne opportunité a été identifiée, il convient d'estimer l'adéquation de ce projet avec la personnalité et l'expérience nécessaire du porteur du projet avant d'entrer dans le processus entrepreneurial. Il est, par ailleurs, nécessaires de vérifier si le projet est en adéquation avec l'engagement, les qualifications et la situation actuelle de l'entrepreneur.

¹ <http://www.passcreamode.com/myapdf/render/Creer-sa-marque/Mettre-son-projet-dans-la-realite/Financer-son-projet/L-utilite-du-business-plan> consulté le 24/03/2017.

B. Le capital financier :

Le capital financier, que ce soit le financement bancaire ou les subventions, dont dispose l'entrepreneur, est essentiel pour déterminer le succès ou l'échec du projet entrepreneurial. En effet, les recherches dans le domaine soulignent que les contraintes de liquidité peuvent exclure des créateurs potentiels. En effet, le manque d'apport financier constitue un frein pour la réalisation de leur objectif entrepreneurial".¹

3.2.4. Les facteurs liés à l'environnement :

Les facteurs liés à l'environnement concernent les éléments et sociaux qui exercent une influence sur le comportement d'achat.

3.2.4.1 Les facteurs culturels :

" Les facteurs culturels se réfèrent à la culture, aux sous-cultures et à la classe sociale

A. La culture :

Chaque individu partage un système de valeurs propres à sa culture. Ce système est appris et transmis par différents groupes et institutions (par exemple la famille, l'école). La culture est évolutive, mais les changements culturels se révèlent être relativement lents. Les différences culturelles continuent à jouer un rôle important dans le domaine du marketing international.

B. Les sous-cultures :

Les sous-cultures sociales résultent de la stratification sociale d'une société. Une classe sociale peut être définie comme un groupe de personnes qui affichent un mode de vie,

¹ M-Etoussi, « Les facteurs de succès d'un projet entrepreneurial : Cas des entreprises adhérentes au forum des chefs d'entreprise Algérie », Mémoire de magister, Ecole supérieure de commerce – Koléa, algérie, 2015-2016, Non publié, p. 65

des intérêts et des comportements similaires. Elle peut être caractérisée par des indicateurs comme la profession, le revenu, le patrimoine et le niveau d'instruction.

C. La classe sociale :

Les classes sociales résultent de la stratification sociale d'une société. Une classe sociale peut être définie comme un groupe de personnes qui affichent un mode de vie, des intérêts et des comportements similaires. Elle peut être caractérisée par des indicateurs comme la profession, le revenu, le patrimoine et le niveau d'instruction"¹.

3.2.4.2. Les facteurs sociaux :

" Les facteurs sociaux sont centrés sur les relations interpersonnelles. Ils suggèrent à l'individu un certain nombre de comportements spécifiques. On distingue les groupes de référence primaires et secondaires, les groupes de références positifs et négatifs.

A. Les groupes de références primaires :

Les groupes de références primaires sont constitués par l'environnement proche de l'individu : la famille, les amis, les collègues de travail et les voisins.

B. Les groupes de références secondaires :

Les groupes de références secondaires désignent les groupes auxquels l'individu appartient, par exemple des associations, des clubs ou des partis politiques.

C. Les groupes de références positifs :

Les groupes de références positifs concernent les groupes dont les croyances et comportements sont approuvés et imités par l'individu, par exemple un groupe d'amis.

¹ U. Mayrhofer, op.cit., p. 50.

D. Les groupes de références négatifs :

Les groupes de références négatifs sont des groupes dont les opinions et les valeurs sont rejetées par l'individu, par exemple les membres d'autres clubs de sports"¹

¹ U. Mayrhofer, op.cit, p. 51.

Conclusion :

Les recherches menées dans le domaine de l'entrepreneuriat, plus précisément, du processus entrepreneurial ont identifié plusieurs variables qui ont une influence sur la réussite ou l'échec de l'activité entrepreneurial que l'entrepreneur devrait prendre en considération pour la concrétisation de son projet entrepreneurial.

En effet, les études en question ont déterminé comme facteurs clés de succès du projet entrepreneurial : l'expérience professionnelle, le diplôme d'origine et la motivation.

Par ailleurs, on définit alors la nécessité de l'existence des 6M Américains (Money, Men, Machines, Matériel, Market, Management), un organigramme fixé, suivre un modèle de processus (Shapiro, Bruyat, Gartner), une bonne étude sur la vision de l'acheteur (personnel, psychologique, social ...etc) et un business plan.

Chapitre 4 : Etude empirique des entrepreneurs des hôtels en Algérie

Introduction :

Le présent chapitre a pour objectif la présentation détaillé des caractéristiques et les facteurs de succès et les motivations de l'agent économique « Entrepreneur » aux niveaux des hôtels. Nous allons expliquer la taille d'échantillon étudié, le déroulement et le traitement du questionnaire et l'analyse des questionnaires.

Section 1 : Economie hôtelière

“ Depuis l'année 2001 le secteur du tourisme en Algérie s'apprête à faire ses premiers pas, après une période noire durant les années 1990 pendant laquelle le tourisme fût mis entre parenthèses, et qui a retardée le développement des infrastructures et découragé bon nombre de touristes d'y séjourner.

Le tourisme algérien est actuellement destiné en grande partie aux hommes d'affaires. Le développement de l'infrastructure touristique commence à se faire ressentir. La majorité des compagnies aériennes desservent aujourd'hui l'Algérie, ainsi que les ferries. Le parc hôtelier national comprend soit des hôtels de luxe soit chambres d'hôtels modestes. Au cours du premier semestre de l'année 2012, l'Algérie a accueilli 1,498 million de touristes, soit un taux de croissance estimé à 25 % par rapport à la même période l'année 2011⁶⁷. Selon l'office national du tourisme, l'Algérie table sur 530 millions de dollars de revenus touristiques en 2015 grâce à une augmentation de la capacité hôtelière de plus de 75 000 lits qui permettra d'accueillir plus de 3 millions de visiteurs par an”¹.

On peut effectivement avancer que l'industrie hôtelière est étroitement influencée par un certain nombre de facteurs qui conditionnent à la fois son taux d'occupations et sa rentabilité. C'est dans ce sens que nous nous sommes intéressés dans cette recherche à l'étude de l'entreprise hôtelière en Algérie².

Les groupes hôteliers perçoivent peu à peu les occasions d'affaires entourant l'économie collaborative : diversification des revenus, nouvelles interactions avec les consommateurs et monétisation plus efficace de leurs services.

¹ https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89conomie_de_l%27Alg%C3%A9rie#Tourisme consulté le 10/05/2017.

² Dj. FERNANE, « Défis, atouts et actions managériales des entreprises hôtelières », Mémoire de magister, Université Mouloud Mammeri, Tizi Ouzou Algérie, 2010-2011, p 264.

Ils se rapprochent de ces concurrents ou de ces prestataires de services complémentaires, en tant qu'investisseurs ou partenaires d'affaires³.

Section 2 : Méthodologie et organisations de la recherche

Pour le besoin de notre travail, nous avons mené une enquête sur le territoire national à partir d'un échantillon des entrepreneurs des hôtels.

4.2.1. La taille d'échantillon :

Afin d'être plus proche de la réalité, la méthode qui consiste à respecter la proportionnalité des éléments constitutifs de l'échantillon, on choisissant un échantillon selon la technique probabiliste, il est de type « échantillon aléatoire simple ». Notre choix de la dimension de cet échantillon s'appuie sur La disponibilité des entrepreneurs à répondre à notre questionnaire

Notre échantillon se compose de 11 entrepreneurs d'hôtels sur une population de 15 individus, nous avons pu récupérer 11 questionnaires sur les 15 contactés, seulement 9 sont exploitables ce qui représente un taux de réponse de 82 /°.

Tableau n° 6 : La taille de l'échantillon de notre enquête

Nombre et questionnaire	Nombre d'entreprises dans l'échantillon	Taux (%)
Récupérés	11	73
Non récupérés	4	27
Distribués	15	100

Source : Réalisé par l'étudiante

³ http://www.tourmag.com/Les-hoteliers-seduits-par-l-economie-collaborative_a77881.html consulté le 10/05/2017.

Tableau n°7 : La taille de l'échantillon étudié

Nombre et questionnaire	L'échantillon étudié	Taux (%)
Exploitable	9	82
Non exploitable	2	18
Total	11	100

Source : Réalisé par l'étudiante

Les restrictions apportés à notre échantillon sont dues essentiellement à :

- Le non disponibilité de certains entrepreneurs des hôtels
- Le refus de certains entrepreneurs de répondre au questionnaire
- La non-conformité de quelques questionnaires

4.2.2. Le déroulement du questionnaire :

L'enquête a été lancée au début du mois de Mars 2017. Pour remplir le questionnaire nous avons suivis plusieurs méthodes. En premier temps, le questionnaire a été administré selon le type « Face à Face ». Nous nous sommes déplacés aux hôtels pour rencontrer personnellement les dirigeants et propriétaires de ces hôtels.

Cela nous a permis :

- Une crédibilité des réponses
- Une bonne observation des attitudes et des comportements des interviewés
- La possibilité d'entretien

L'indisponibilité des chefs d'hôtels questionnés pour des raisons de temps, nous avons optés pour une deuxième méthode celle de déposer le questionnaire aux niveaux des hôtels pour être rempli et récupérer ultérieurement.

Le questionnaire a été satisfait par certain entrepreneur qui nous ont consacré du temps pour parler de leur emploi personnelles, de leur motivations, de leur caractéristiques et de leur esprit entrepreneurial.

Il faut savoir que, pendant notre enquête, nous avons rencontré d'énormes difficultés pour convaincre les entrepreneurs de nous recevoir et répondre à nos questions, en effet nous pouvons relever la résistance de quelques entrepreneurs, qui ont refusé de coopérer sans motif valable ce qui constitue une contrainte pour l'aboutissement de notre enquête.

4.2.3. Traitement des questions :

Nous avons choisi un traitement informatisé pour un meilleur traitement de données. Les questionnaires ont été vérifiés et codifiés pour constituer une banque de données à partir de laquelle des statistiques ont ou être opérées à l'aide de langage Microsoft Excel.

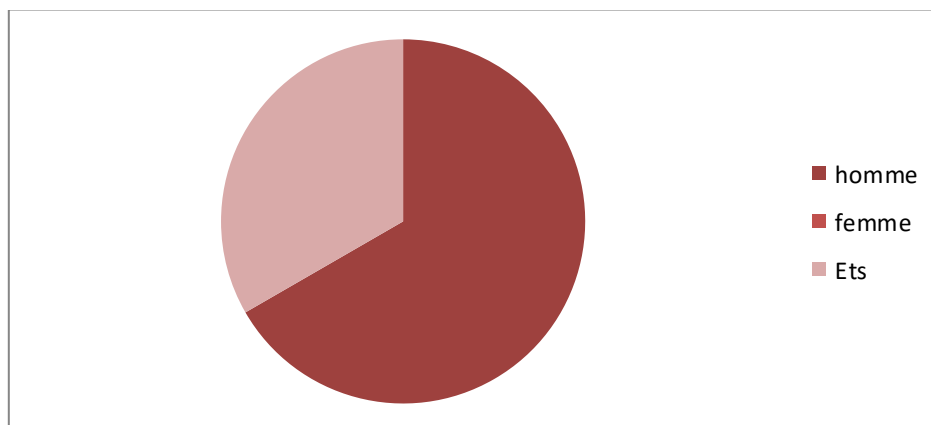
En recensant les statistiques qui nous permettent d'analyser notre base de données à travers les tableaux de fréquence, et enfin à faire sortir les résultats et réponses du questionnaire.

Ayant ainsi présenté les démarches méthodologiques de notre enquête, nous procéderons à la présentation et l'analyse de l'enquête de terrain qui fera l'objet de la seconde section.

Section 3 : Analyse de questionnaire

1- Identification des entrepreneurs

Figure N° 5 : Répartition des entrepreneurs par sexe



Source : Réalisé par l'étudiante

Suite à la distribution des questionnaires, nous avons constatés un nombre qui vaut zéro pour les femmes qui favorisent l'entrepreneuriat, sauf que les hommes ont une ambition vers cette qualité de business. Alors la forme juridique « Entreprise » exerçant l'entrepreneuriat est moins que les hommes.

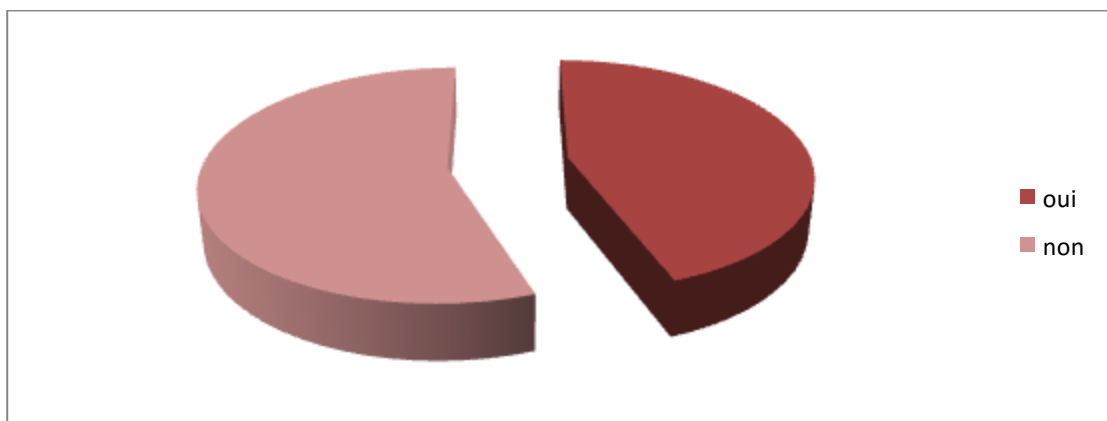
Tableau N°8 : Niveau de formation

Niveau de formation	fréquences	Pourcentages %
Formation universitaire	3	33
Formation professionnelle	2	22
Etudes supérieur	3	33
Autres	1	11
Total	9	100

Source : Réalisé par l'étudiante

Selon les 9 établissements visitées et questionnais sur le niveau des fondateurs, nous remarquons plus que la moitié des entrepreneurs sont des universitaires et d'autres ont suivis des études supérieures. Le taux de 22 % ayant une formation professionnelle, le reste des entrepreneurs (11%) ont le niveau moyen et secondaire, nous constatons alors, que la majorité des entrepreneurs ont un niveau élevés.

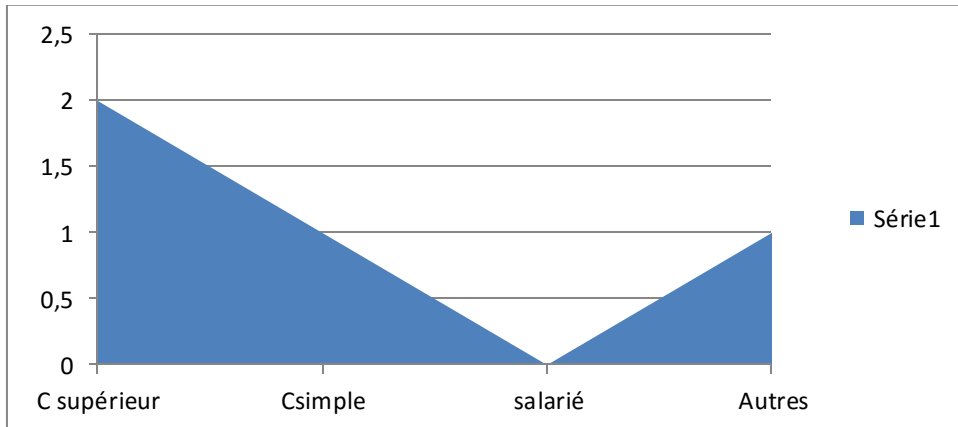
Figure N°6 : présentation de la situation professionnelle avant la création



Source : Réalisé par l'étudiante

Parmi les entrepreneurs qui ont exercés des professions avant la création d'entreprise sont au nombre de 4, trois d'entre eux avaient des entreprises de bâtiments et l'autre exerce sa professions dans le domaine des travaux publics.

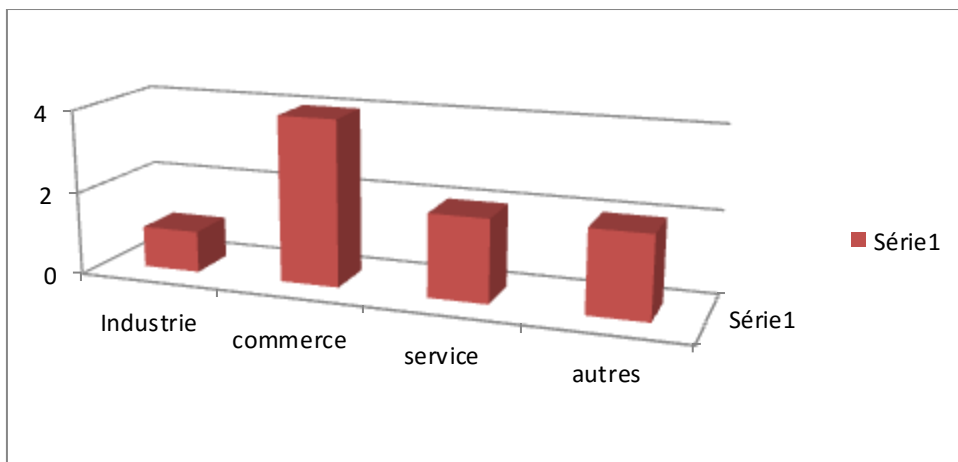
Figure N°7 : le statut des entrepreneurs dans leur profession antérieure



Source : Réalisé par l'étudiante

On a donc des entrepreneurs qui ont été au paravent des cadres supérieurs dans d'autres établissements que l'hôtellerie ou des cadres simple, ou d'autres fonctions sauf salarié.

Figure N° 8: Secteur d'activité

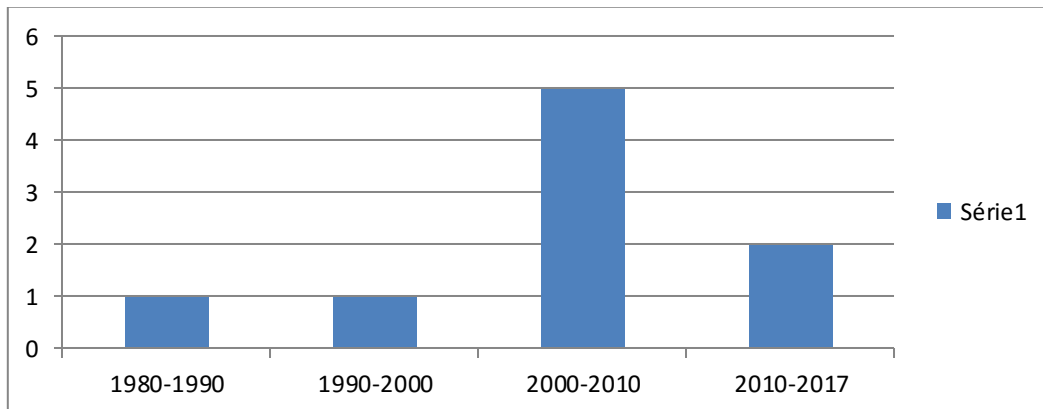


Source : Réalisé par l'étudiante

Sur nos 9 entrepreneurs questionnaires, (44,44%) ont déclarés comme étant leur activités commercial, (22,22%) comme service et autres qui n'ont pas mentionnés leur secteur d'activités, (11,11%) ont mentionnés leur secteur d'activité industrie.

2- Caractéristique de l'entrepreneur :

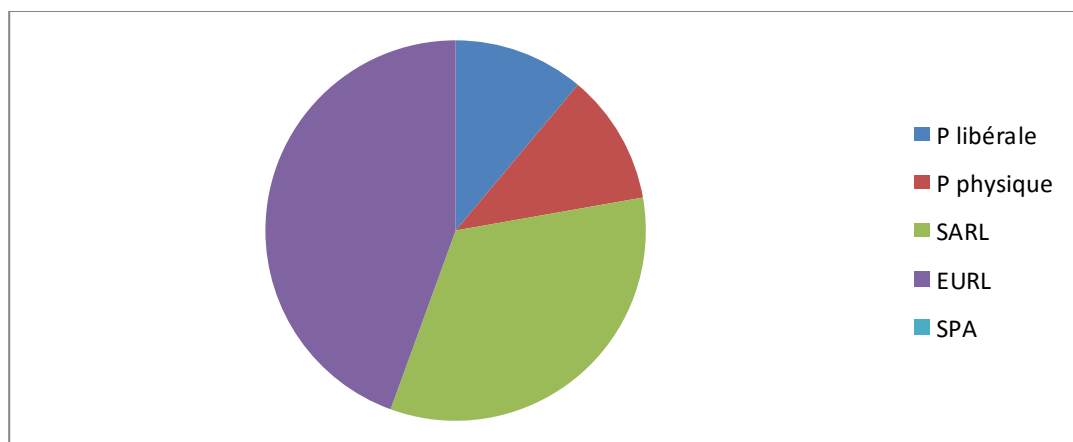
Figure N° 9 : L'année de création



Source : Réalisé par l'étudiante

Selon notre questionnaires, de 1980 à 2000 la création des hôtels a été monotone et un peu faible, elle a augmenté de cinq fois plus à partir de l'Ans 2000 jusqu'à 2010 ont a créé 3 fois moins d'entreprise d'hôtellerie.

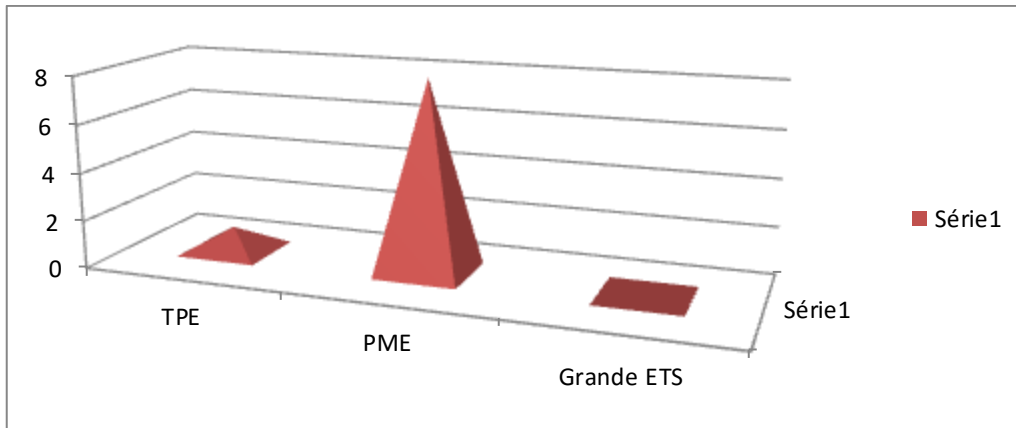
Figure N°10 : Le statut juridique



Source : Réalisé par l'étudiante

On remarque d'après nos recherches que le statut EURL est le plus empreinte pour la création d'entreprise, suivis par le statut SARL en deuxième position et après personne physique et libérale.

Figure N°11 : Type des entreprises



Source : Réalisé par l'étudiante

On a un seul hôtel qui a considéré son entreprise comme TPE (toute petite entreprise) et les autres comme PME (petite et moyenne entreprise).

Figure N°12 : Le financement du projet



Source : Réalisé par l'étudiante

D'après notre enquête la majorité des hôtels ont été financier par leur propre apport personnelles, si non un crédit bancaire, et une minorité est passée par l'ANSEJ, ANDI, ANGEM...etc.

3- Motivation pour la création d'entreprise :

Tableau N°9 : « y-a-t-il des Co-entrepreneurs »

Réponses	Fréquences	Pourcentages %
Oui	3	33
Non	6	67
Total	9	100

Source : Réalisé par l'étudiante

Le tableau 9 présente le 1/3 des entrepreneurs ont des Co-entrepreneurs (famille) et les 2/3 ne n'ont pas.

Tableau N°10 : Les motivations qui incitent à lancer ce projet

Les motivations	Fréquences	Pourcentages %
Etre patron ou business man	2	13,33
Avoir un travail sur mesure	1	6,67
La réalisation de soi même	4	26,67
Réaliser un rêve, relever un défi	3	20
Créer des emplois	5	33,33
Autres	0	0
Total	15	100

Source : Réalisé par l'étudiante

Ce tableau nous prouve que la motivation des entrepreneurs est :

- Pour créer les emplois est de 33,33%.
- Pour la réalisation de soi-même est de 26,67%.
- Pour réaliser un rêve et relever un défi est de 20%.

- Pour être patron ou business man est de 13,33%.
- Et pour avoir un travail sur mesure est de 6,67%.

Tableau N°11: L'entrepreneuriat en Algérie

L'entrepreneuriat en Algérie	Fréquences	Pourcentages%
Compliqué, par rapport aux contraintes de l'environnement	5	50
Présente beaucoup d'opportunité	5	50
En développement, grâce à plusieurs outils de promotions de l'entrepreneuriat	0	0
Autres	0	0
Total	10	100

Source : Réalisé par l'étudiante

Les entrepreneurs des hôtels pensent que l'entrepreneuriat en Algérie présente beaucoup d'opportunité ses derniers temps comme étant un facteur de la croissance économique, la création d'emploi et la cohésion sociale. En parallèle l'entrepreneuriat en Algérie est compliqué par rapport au contraintes de l'environnement c'est-à-dire la démarche de lancement du projet entrepreneurial est difficile à l'égard d ces phases (réalisation et exploitation : constitution du dossier jusqu'à la mise en marche du projet.)

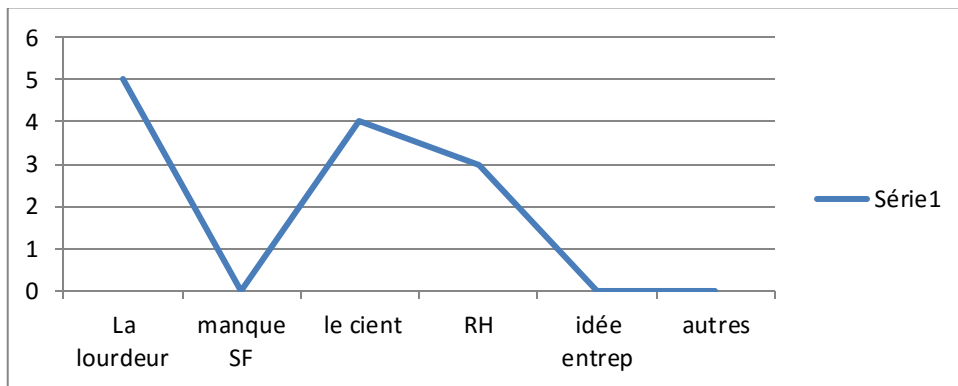
Tableau N°12 : « y-a-t-il des déceptions »

Réponses	Fréquences	Pourcentages %
Oui	7	77,8
Non	2	22,22
Total	9	100

Source : Réalisé par l'étudiante

Selon le tableau 11 on a beaucoup plus de déception.

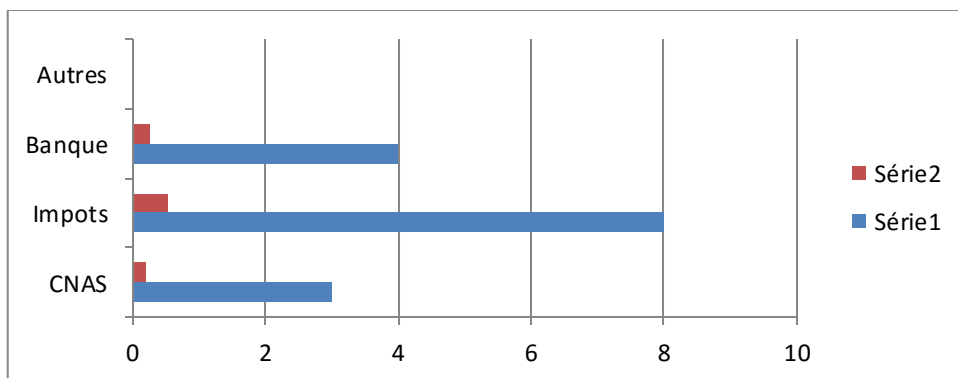
Figure N° 13 : « les déceptions »



Source : Réalisé par l'étudiante

Le graphe présente les déceptions qui ont incités les entrepreneurs lors de la création d'entreprise. On trouve des contraintes administratives telles que le manque de clients pour certain hôtels qui représente un taux de 33,33%. Aussi, parmi les déceptions on constate le manque les compétences des ressources humaines.

Figure N° 14 : Les charges les plus pénalisantes



Source : Réalisé par l'étudiante

Les charges les plus importants qui pèsent l'entrepreneur sont les taxes d'impôts IBS (impôt sur le bénéfice des sociétés) et IRG (impôt sur les revenu global) et la banque, tandis que les charges sociales CNAS sont pénalisantes mais moins que les autres.

Tableau N° 13 : Les facteurs qui vous a aidée pour la création d'entreprise

Les facteurs	Fréquences	Pourcentages %
Les compétences dans le domaine	4	40
La passion pour l'activité du projet	5	50
Autres	1	10
Total	10	100

Source : Réalisé par l'étudiante

Les principaux facteurs qui ont aidé les entrepreneurs à la création de leurs entreprises sont des facteurs psychologiques qui consistent 40% des compétences dans le domaine et 50 % c'était la passion pour le lancement du projet et d'autres facteurs non cité qui représente un taux de 10%.

Conclusion :

Malgré les dispositifs prises par le gouvernement pour encouragé l'entrepreneuriat, ce dernier fait face à des contraintes importante. On effet, qui s'agissent du financement, de la formation et des mesures prise en place par l'état ont du mal à enregistrer des résultats positives. Les raisons ayant conduite à cette situation sont nombreuse. D'abord, l'Etat qui peine à mettre en place les mesures efficaces pour soutenir le projet entrepreneurial et son financement.

Par ailleurs, à l'issue de ce chapitre nous avons pu relever quelque caractéristique de l'entrepreneur Algérien ainsi que des facteurs clés de succès du projet et des contraintes, ces derniers n'ont l'empêche pas de réaliser son objectifs de création et de développement d'entreprises, grâce à sa détermination, le courage, la persévérance, la compétences, le conseil et l'orientation, ainsi que le capital financier. L'entrepreneur Algérien, réussi avec, plus au moins des difficultés, a imposé son entreprise au niveau national

Conclusion générale

Conclusion générale

Conclusion générale :

Le projet entrepreneurial et l'entrepreneur acquis un nouveaux courant d'intéressement dans l'actuel conjoncture. Ainsi, l'entrepreneuriat devient un moyen important à pouvoir créer des emplois et de la richesse, dans un contexte économique de compétitions dans les pays.

L'importance de l'entrepreneur dans la pensée économique a été longtemps relativisée. Des chercheurs contemporains tel que SHUMPETER et les néo-Schumpetérien, R.CATNTILLON ont produit un profil standard de l'entrepreneur. Ils se sont convenues qu'il n'avait pas de définition consensuelle de l'entrepreneur, se pendant établir des modèles multiples sous différents angles et par se fait établir des typologies qui permettent de l'identifier.

Après 1962, le cadre institutionnelle en Algérie a connu un changement profond. La vision d'un Etat unique, propriétaire et entrepreneurs. En 1993, l'initiative de la liberté d'investir et des changements institutionnels ont né sauf que leurs démarrages étaient en 2001.

Durant ses vingt dernières années, en Algérie, une nouvelle vision économique qui se penche sur l'entrepreneuriat a pris sa plateforme. Mais la création d'un environnement viable d'où le projet entrepreneurial, reste loin d'être préoccupation de l'état au regard des chiffres, un Etat Algérien qui demeure loin derrière ses voisins, par rapport le Maroc et la Tunisie.

Par ailleurs, suite à notre recherche, nous déduisons les résultats suivant :

- ✓ L'entrepreneuriat est un concept large et complexe qui peut être présentée à travers l'acte « d'entreprendre » ou à travers l'acteur « l'entrepreneur ».
- ✓ L'entrepreneur est un personnage aux multiples facettes. En effet, il est considéré comme innovateur, organisateur, manager, etc.

Conclusion générale

- ✓ Les facteurs clés de succès du projet entrepreneurial sont des éléments liés à l'individu, des éléments liés au projet, des éléments liés à la méthode de création et des éléments liés à l'environnement.

A l'issue de notre étude, nous avons relevé des faiblesses. Parmi ces faiblesses, il y a lieu de l'écosystème de l'entrepreneuriat en Algérie. Du fait de ce qui précède nous formulons les recommandations suivantes :

- ✓ Développer une culture entrepreneuriale, et effacer l'image d'un entrepreneuriat algérien de survie, en encourageant l'innovation et en mettant en lumière des opportunités d'affaires.
- ✓ Créer des structures entrepreneuriales, telles que les maisons d'entrepreneuriat, les centres de carrières et faire devenir nos universités entrepreneuriales en offrant des formations en entrepreneuriat.
- ✓ Rendre les procédures administratives plus souples.
- ✓ Créer des banques spécialisées dans le financement des jeunes entrepreneurs, qui a pour vocation d'accompagner le développement des entrepreneurs en leur facilitant l'accès au financement.

Bibliographie

Bibliographie

1. Ouvrage :

- A- Fayolle, « Le métier de créateur d'entreprise », éditions d'organisations, France, 2003.
- A-Fayolle, « Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre, 2ème édition », Dunod, Paris 2012.
- A-Fayolle, J-M Degeorge « dynamique entrepreneuriale : le comportement de l'entrepreneur », Edition de boeck, Bruxelles, 2012.
- Emile- Michel Hernandez, « Théorie de l'évolution économiques : les fiches de lecture », Paris, 2012.
- J-Schumpeter, « Théorie de l'évolution économique : les fiches de lecture », encyclopédie universalisé, France, 2006.
- P-A Fortin, « devenez entrepreneur : préface de claude Béland », Les éditions transactionnel, avril 2007.
- Pierre- André Julien et Merchsny, « L'entrepreneuriat », Nouvelle édition Economica, Paris, 2011.
- Pierre- André Julien, « Entrepreneuriat régional et économie de la connaissance : une métaphore des roman policiers », Presses de l'Université du Québec, Canada, 2005.
- U-Mayrhofer, « Marketing : 2ème édition actualisé », Edition Bréal, Sorbonne, 2006.

2. Thèses et mémoires scientifiques :

- Dj. FERNANE, « Défis, atouts et actions managériales des entreprises hôtelières », Mémoire de magister, Université Mouloud Mammeri, Tizi Ouzou Algérie, 2010-2011
- M- tremblay, « Identification collective d'opportunité entrepreneuriales : une étude exploratoire », Thèse de doctorat, Université du Québec, Novembre 2010.
- M-Etoussi, « Les facteurs de succès d'un projet entrepreneurial : Cas des entreprises adhérentes au Forum des chefs d'entreprises Algérie », Mémoire de magister, Ecole supérieur de commerce, Koléa, Algérie, 2015-1016.

- S- Guedda, « Les facteurs clés de succès qui influencent la performance d'un produit dans un contexte de collaboration touristique réussi », Mémoire de la maîtrise en administration des affaires, Université du Québec, Montréal, Mars 2009.
- Yasmina Ben Makhoul, « L'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi- Ouzou : Incidences socio- économiques et limites de son accompagnements », Mémoire de master en sciences économiques, Université Mouloud Mammeri de tizi- Ouzou, Algérie, 2013-2014

3. Articles scientifiques :

- A- Omrane et al, « les compétences entrepreneuriales et les processus entrepreneuriales » Institut des hautes études commerciales, Carthage Tunisie.
- Jean Lorrain, Louis Dussault, « Les entrepreneurs artisans et opportunités : une comparaison de leurs comportement de gestion », Revue International PME, Vol 1, N°2, 12 1988.
- Louis Jacques Fillion, « Le champs de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Article paru dans la Revue international PME, London, Vol 10, N°02, , Janvier 1997.
- Louis Jacques Fillion, « Typologie d'entrepreneur – est – ce vraiment utile », Cahier de Recherche N° 2000-12, Montréal, Octobre 2000.
- Louis Jacques Fillion, « Six types de propriétaires – dirigeant de PME », Article paru dans la Revue organisations et territoires, Vol 9, N°1, hiver, Québec, Février 2000.
- Paola Duperray, « Comment les dirigeants de petite structure se représentent-ils le développement de leur affaire », Humanisme et entreprise, N°307, Février 2012.
- W- Tabet-Aouel Lachachi, « Le processus entrepreneurial en Algérie une adaptation du modèle de Gartner », Les Cahiers du Cread, N°107-108, Algérie, 2014.

4. Les communications scientifiques:

- S – Antipolis, « Entreprendre et innover dans une économie de la connaissance », 6^{ème} congrès de l'académie de l'entrepreneuriat, 19-20 et 21 Novembre 2009.

5. Les sites internet :

- Aymen BEN CHEIKH, « L'intention de créer une Start-up en TIC », Mémoire de master en entrepreneuriat, Institut Supérieur de gestion, Sousse Tunisie, 2008 http://www.memoireonline.com/05/08/1137/m_intention-creer-start-up-ingenieurs-tunisiens16.html, consulté le 26/02/2017
- <http://theses.ulaval.ca/archimede/fichiers/21491/ch03.html#d0e3065> consulté le 23/02/2017
- <http://www.passcreamode.com/myapdf/render/Creer-sa-marque/Mettre-son-projet-dans-la-realite/Financer-son-projet/L-utilite-du-business-plan> consulté le 24/03/2017.
- http://www.tourmag.com/Les-hoteliers-seduits-par-l-economie-collaborative_a77881.html consulté le 10/05/2017.
- <http://www.worldcat.org/title/entrepreneur-and-his-firm-the-relationship-between-type-of-man-and-type-of-company/oclc/935547>, Consulté le 20/02/2017
- <https://enaffaires.wordpress.com/2015/05/21/profil-dentrepreneur-etre-pic-ou-etre-cap/>
- https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89conomie_de_l%27Alg%C3%A9rie#Tourisme consulté le 10/05/2017.
- https://www.google.dz/?gws_rd=cr,ssl&ei=_rmyU8mpFeSp0QWD64DIBg#q=support+p%C3%A9dagogique+du+module+culture+entrepreneuriale le 29/11/2016, 13h05.
- January Kasereka Kombi, « Dynamique entrepreneurial en territoire de Lubero », Mémoire de licence en économie et finance, Université catholique du Gabon, 2008, <http://www.memoireonline.com/12/09/2935>, consulté le 15/02/2017.
- Manaf Benchentouf, « L'accompagnement entrepreneurial pour le start-up », publié le 03/02/2017 <http://www.lesaffaires.com/blogues/coefficient-entrepreneurial/l-accompagnement-entrepreneurial-pour-les-start-ups/593121> consulté le 24-03-2017

- Mezghani, M-Belhadj, H-Affes, W-Aloulou, F-Ayadi, B-Bellaj, J-Choukir, S-Mseddi, « Support pédagogique du module Culture Entrepreneuriale », Université de sfax, Maroc, Spetembre 2008,
- Souleymen Hamza Saloum, « Etudes du processus entrepreneurial modèle de création d'une PME dans le contexte économique et social Marocain », Mémoire de master finance audit et contrôle de gestion, Université Moulay Ismael, 2012, <http://www.memoireonline.com/04/15/9008/Etudes-du-processus-entrepreneurial-modele-de-creation-d-une-PME-dans-le-contexte-economique-et-so.html>, par, consulté le 23/02/2017

Annexes

Questionnaire

1- Identification de l'entrepreneur :

1-1 sexe :

- Homme
- Femme
- Entreprise

1-2 Niveau de formation :

- Formation universitaire
- Formation professionnelle
- Etudes supérieurs
- Autres.....

1-3-2 Dans combien d'entreprises avez-vous travaillé ?.....

1-3-2-1 Ou ?.....

1-3-3 Quelle était la nature de votre contrat de travail ?

- Permanent
- Contrat déterminé
- Autres

1-3-4 Quelle était votre statut ?

- Cadre supérieur
- Cadre simple
- Salarié
- Autres.....

1-3-5 Dans quel secteur d'activité ?

- Industrie
- Commerce
- Service
- Autres.....

2- Caractéristiques de votre entreprise :

2-1 L'année de création

2-2 Le statut juridique ?

- Personne physique
- Professions libérales
- SARL
- EURL
- SPA

2-3 Quel type d'entreprise ?

- TPE "Travaux personnels encadrés" (-10 salariés)
- PME / PMI (50 à 249 salariés)
- Grande entreprise

2-4 Comment avez-vous financé votre projet entrepreneurial ?

- Apport personnel
- Crédit bancaire
- ANDI, ANSEJ, ANGEM, CNAC
- Autres.....

3- Motivations à l'égard de la création d'entreprise :

3-1 Y a-t-il des Co-entrepreneurs avec vous ?

- Oui
- Non

3-2 Qui sont-ils ? (vous pouvez cocher plusieurs réponses selon le nombre d'entrepreneurs)

- la famille
- Amis
- Autres.....

3-3 Quelle sont les motivations qui vous ont incité à lancer ce projet ?

- Etre patron ou business man
- Avoir un travail sur mesure
- La réalisation de soi même
- Réaliser un rêve, relever un défi
- Créer des emplois
- Autres.....

3-4 Comment pouvez-vous décrire l'entrepreneuriat en Algérie ?

- Compliqué, par rapport aux contraintes de l'environnement
- Présente beaucoup d'opportunité
- En développement, grâce à plusieurs outils de promotions de l'entrepreneuriat
- Autres.....

3-5 y a-t-il des déceptions lors de la création de votre projet ?

- Oui
- Non

Si oui citez ceci :

- Les lourdeurs administratives et fiscales
- Le manque des sources de financement
- Le manque de clients
- Le mauvais niveau de ressources humaines
- L'absence de l'idée de l'entrepreneuriat
- Autres.....

3-6 Quelle est la charge la plus pénalisante pour votre entreprise ?

- Les charges sociales : CNAS
- Les taxes d'impôts
- Banques
- Autres.....

3-7 Quel est le principal facteur qui vous a aidé à la création d'entreprise ?

Les compétences dans le domaine

La passion pour l'activité du projet

Autres.....

Merci