

**Typologies d'identité professionnelle d'entrepreneurs algériens.
Etude empirique auprès des créateurs de PME activant dans la
région de Bejaia**

**Professional identity typologies of Algerian entrepreneurs. An
empirical study of SME founders in the Bejaia region**

Reçu le: 03/05/2024

Accepté le:09/09/2024

Publication le : 31/10/2024

Haderbache Bachir¹

¹ laboratoire des études sociologiques. Travail, Education, Réseaux et
Espace. ESTERE, Université de Bejaia, Algérie,

Email: bachir.haderbache@univ-bejaia.dz

Résumé:

Le passage de l'Algérie d'une économie administrée et dirigiste à une économie de marché tend à redresser l'économie nationale et ce, en réhabilitant la PME et le secteur privé. L'objectif de cet article est d'exposer les modèles d'identités entrepreneuriales dégagés à partir d'une enquête qualitative réalisée auprès d'une trentaine d'entrepreneurs activant dans la région de Bejaia à l'aide des entretiens semi-directifs. Les résultats ont révélé (en fonction d'un certain nombre de variables retenues (âge, niveau d'instruction, l'expérience professionnelle, la formation, le mode de gestion de l'entreprise, les projets d'avenir. etc.) l'existence de quatre types (modèles) d'identités entrepreneuriales à savoir : l'identité entrepreneuriale affranchie, l'identité entrepreneuriale inspirée, l'identité entrepreneuriale stimulée et l'identité entrepreneuriale avisée.

Mots clés:

PME, entreprise familiale, entrepreneur, liens familiaux, identité entrepreneuriale.

Auteur correspondant:
bachir.haderbache@univ-bejaia.dz

Haderbache

Bachir

Email:

Abstract:

Algeria's transition from an administered, dirigiste economy to a market economy is tending to turn the national economy around, by rehabilitating SMEs and the private sector. The aim of this article is to present the models of entrepreneurial identity that emerged from a qualitative survey of some thirty entrepreneurs operating in the Bejaia region, using semi-structured interviews. The results revealed (depending on a number of variables (age, level of education, professional experience, training, business management style, future plans, etc.) the existence of four types (models) of entrepreneurial identity: the liberated entrepreneurial identity, the inspired entrepreneurial identity, the stimulated entrepreneurial identity and the savvy entrepreneurial identity

Keywords:

SME, family business, entrepreneur, family ties, entrepreneurial identity.

1. Introduction:

La création de PME en Algérie est d'actualité, car depuis le début des années 1990, le nombre de créations de PME ne cesse d'augmenter. La crise multidimensionnelle qu'a connu le pays, notamment en matière de création des richesses et de l'emploi ainsi le modèle de la grande entreprise publique qui garantissait l'emploi et l'intégration des salariés s'essouffle. La PME est présentée par les économistes, les sociologues et soutenue par les hommes politiques comme la solution aux problèmes socio-économiques hérités depuis l'ère de la grande entreprise. Aujourd'hui on compte plus 1300000 PME et le nombre ne cesse de s'accroître. En effet beaucoup de jeunes et de chômeurs ont trouvé des dispositifs d'aide à la création d'entreprise une aubaine pour concrétiser leur projet et créer leur propre poste du

travail. Toute fois ces nouveaux acteurs de l'économie algérienne restent peu connus à cause de sa nouveauté et aussi le manque d'intérêt de la part des chercheurs et ce, malgré le rôle important que joue l'entrepreneur avant, pendant et après la création de son entreprise. En effet, pour mieux assurer les activités de son entreprise, l'entrepreneur doit faire appel à son capital relationnel et social, donc entrer en relation avec ses collègues dans le même secteur. Les interactions entre entrepreneurs vont permettre l'émergence des groupes socioprofessionnels réunis par un ensemble de normes et de valeurs partagées et propres à l'activité entrepreneuriale. Cette situation tend aussi à la construction d'une identité entrepreneuriale. C'est dans cet ordre d'idées que nous allons essayer de répondre à la question suivante :

- Quels sont les éléments constitutifs de l'identité entrepreneuriale des créateurs de PME ?

Pour répondre à ces questions nous avons émis l'hypothèse suivante :

- L'identité entrepreneuriale des créateurs de PME se constituent des normes et représentations partagées sur l'activité exercée, elle est liée aussi à une trajectoire professionnelle riche en termes d'expériences et formations.

2. cadre théorique de la recherche :

2.1. L'entrepreneuriat

Plusieurs auteurs ont essayé de définir et d'expliquer le terme entrepreneuriat, ainsi il est considéré pour certains comme l'action de créer de la richesse, de l'emploi, en concrétisant un

projet de création d'entreprise, ou de reprise d'une activité déjà existante. L'entrepreneuriat est aussi un phénomène qui met en relation un individu et une organisation, son action induit du changement et conduit à une modification partielle de l'ordre existant, il s'agit d'une innovation au moins partielle à la manière de Schumpeter » (Verstraet, 2000, P 10)

Faute d'une définition précise ou consensuelle, certains spécialistes préfèrent se focaliser sur Les facteurs centraux de l'entrepreneuriat et ils ont essayé d'identifier les principales dimensions qui le concerne et qui sont le plus souvent mis en évidence par les chercheurs et les professionnels : L'individu, le processus, l'objet créé, (une organisation et/ou une innovation) et l'environnement qui apporte les ressources, les opportunités, les normes socioculturelles sans oublier les contraintes. (Gastine, 2014, P 05)

2.2. Définition de l'entrepreneur :

Le personnage de l'entrepreneur est considéré comme particulièrement central dans la plupart des analyses. Beaucoup de chercheurs se focalisent aussi sur ce qu'il fait (son activité). À cet effet, l'entrepreneur est un agent économique assez audacieux pour :

- Réunir les ressources nécessaires pour son projet et investit donc des capitaux notamment ses propres fonds dans une entreprise,
- Constituer un actif productif engagé dans une activité, Grace auquel il réalise une production de biens et de services, il est donc gestionnaire de son entreprise dans la majorité des cas et prend les décisions importantes.

-L'entrepreneur peut aussi être reconnu selon son comportement, ses réactions, ses tactiques ou sa stratégie face à l'environnement externe auquel il est confronté. (Verstraet, 1999)

Face à la diversité des définitions on a essayé de donner une définition contenant les spécificités des entrepreneurs étudiés et ce, grâce aux données recueillies à travers nos lectures et notre pré-enquête. Ainsi nous considérons l'entrepreneur activant dans la région de Bejaia comme toute personne ayant créé ou hérité une entreprise et assure sa gestion. Il détecte l'opportunité et il mobilise les ressources nécessaires (matérielles, financières et humaines) dans le but de réaliser un ensemble d'objectifs qu'il a tracés. L'entrepreneur mobilise avant et pendant la création, son capital personnel ou humain (sa formation, ses expériences, ses économies, ses connaissances techniques, ses relations personnelles...) et son capital social qui consiste en institutions sociales comme la famille, groupes de relations comme les amitiés pour concrétiser son projet dans la réalité puis dans le but de le développer et l'élargir.

3. Eléments constitutifs de la trajectoire socioprofessionnelle de l'entrepreneur :

Il existe deux méthodes d'étude et d'analyse de la trajectoire, la méthode classique qui se base sur les classes et les groupes. Elle considère l'individu comme une reproduction de sa classe d'appartenance, sachant que aussi que l'individu est toujours sous la protection et l'aide du groupe. la deuxième méthode contrarie la première en considérant l'individu comme une personne qui peut se comporter différemment de son groupe, c'est quelqu'un qui donne un sens à ses comportements, ces

derniers peuvent ne pas être ceux que le groupe souhaite. (Vrancken & Thomsin, 2008). En effet, l'importance de l'individu le pousse à des représentations différentes de celles de son groupe d'appartenance, il peut s'en passer de la tutelle de certaines institutions et penser d'une manière différente dans ses relations avec les autres.

Les spécialistes font recours à deux types de variables dans la définition des trajectoires à savoir :

3.1. Des variables objectives : il s'agit de la connaissance des variables comme : l'âge, l'origine géographique et sociale, le parcours professionnel, la possibilité d'appartenance à des réseaux de relations, les réseaux professionnels et le capital social de l'entrepreneur (Odile, 2010).

La trajectoire professionnelle se constitue donc de la formation, de l'expérience professionnelle et sa durée (mouvements, postes de responsabilité) enfin la place de l'entrepreneur dans la vie de l'entreprise dans laquelle il a déjà travaillé et son appartenance à des réseaux sociaux.

3.2. Des variables subjectives propres à l'entrepreneur : les variables proposées dans ce modèle sont liées à la personne de l'entrepreneur (Gartner en 1989, Fillion. 2000). Le modèle de Fillion contient les caractéristiques suivantes :

- La définition du concept de soi ; concerne le désir de réalisation, le besoin de pouvoir, le besoin de reconnaissance et d'indépendance, le contrôle de son destin et la réaction face aux dangers, le besoin de sécurité.
- La vision ; le mode stratégique, la finalité, attitude vis-à-vis de la croissance et les profits.

- Attitude vis-à-vis des relations avec les autres personnes et le mode de relations
- L'engagement, la capacité d'adaptation et d'invention, renouvellement et innovation.
- Mode du leadership, mode de gestion, la direction dans la délégation du pouvoir, mode de prise de décision (Fillion, 2000). De son côté Gartner a classifié les définitions du concept « entrepreneur » et a rajouté quelques notions aux caractéristiques déjà citées par les auteurs qui se résument en :
 - Profession des parents, catégorie socioprofessionnelle
 - Le capital social, la situation familiale
 - Le degré de satisfaction dans le poste antérieur et le nombre de postes antérieurs occupés
 - Le degré de persévérance et concurrence, d'appartenance aux associations
 - La capacité de l'endurance et de permanence, type de la morale dominante dans les affaires
 - Les taches préférées, la conscience professionnelle.

Enfin selon ODILE Bernard, la trajectoire socioprofessionnelle de l'entrepreneur se constitue de quatre thèmes qui sont : Sa formation initiale, ses expériences professionnelles antérieures, Son capital social Son origine sociale. (Odile, 2010).

3.3. Caractéristiques socioprofessionnelles de l'entrepreneur algérien et les principales typologies de trajectoires socioprofessionnelles

Les travaux sociologiques sur la typologie des entrepreneurs algériens sont très rares, dans une étude monographique réalisée vers la fin des années 1970, Jean PENNEF a essayé de

déterminer les trajectoires des chefs d'entreprises auprès d'un échantillon de 220 enquêtés. Pour l'auteur il faut lier entre l'histoire de création de PME, les modes de sa gestion et les trajectoires professionnelles des chefs d'entreprises. Ces dernières se résument en trois trajectoires selon l'origine géographique et sociale, leur appartenance et connaissances familiales et leur exercice dans le secteur commercial avant 1962, enfin d'éventuelle expérience dans l'immigration, leur fidélité et engagement dans la lutte contre le colonialisme. A base des variables socioprofessionnelles (l'expérience, l'appartenance à des groupes politiques, le niveau d'instruction, les réseaux sociaux. Etc. l'auteur a proposé un modèle de l'entrepreneur algérien des années 1970. Cette typologie contient les groupes suivants :

- Les anciens commerçants de gros
- Les anciens commerçants
- Les anciens fonctionnaires (Pennef, 1982).

Au début des années 2000, Mohamed MADOU et Anne GILLET ont réalisé une recherche qualitative auprès d'un échantillon d'entrepreneurs activant dans la région de Kabylie, l'objectif de leur recherche consiste à comprendre les conditions d'émergence de l'entrepreneur algérien comme acteur économique et social. Pour se faire, les chercheurs ont déterminé ses trajectoires socioprofessionnelles, l'analyse de ses capacités d'innovation, la dynamique de croissance, ses ressources et ses difficultés.

Les auteurs ont distingué l'existence de deux catégories d'entrepreneurs (les anciens ayant créé pendant les années 1960,

1970 et 1980, leur niveau d'instruction est assez faible (primaire), ayant une expérience très riche et variée (immigrés) et les nouveaux qui sont apparus au début des années 1990, grâce à la politique d'encouragement et d'aide à la création d'entreprises adoptée par les autorités algériennes. Ils ont un niveau d'instruction assez élevé (baccalauréat et plus) ils sont jeunes et ayant des trajectoires au sein de l'entreprise publique.

A base des données précédentes les deux auteurs ont classifié les entrepreneurs selon les catégories suivantes :

- L'entrepreneur cadre
- L'entrepreneur immigré
- L'entrepreneur héritier
- L'entrepreneur issu de traditions entrepreneuriales
- L'entrepreneur travailleur (Gillet & Madoui, 2004)

4. L'identité professionnelles et l'identité entrepreneuriale

L'identité professionnelle : Il n'y a pas de consensus concernant la définition de l'identité professionnelle, ainsi le concept est défini selon le contexte de l'étude, car plusieurs variables peuvent intervenir. Dans la vie professionnelle l'identité se construit dans les situations professionnelles ainsi les relations qui naissent sont influencées par les relations de pouvoir et les perspectives d'avenir. Selon SAINSAULIEU l'identité professionnelle se construit grâce à l'exercice d'un métier selon les normes de relations avec les autres et les perspectives du projet d'avenir. (Sainsaulieu & Potet, 1994, p. 201).

Sain Saulieu insiste sur le fait de considérer l'entreprise comme un espace de socialisation professionnelle et de construction de

l'identité dans le travail. Ainsi l'identité au travail est tout processus de construction d'identité qui se développe grâce à l'interaction entre l'individu et le contenu du travail, y compris l'apprentissage et la formation professionnelle et elle se caractérise d'interaction de de dynamique car elle s'adapte et change avec plusieurs conditions. (Kipral, 2006, pp. 25-47)

De son côté Claude DUBAR a lié l'identité aux modèles de socialisation professionnelle qui constitue l'environnement du travail, cette socialisation veut dire : les expériences antérieures, liées au travail, la formation professionnelle, l'apprentissage technique et culture (Dubar, 2000). L'identité professionnelle est la marque d'appartenance à un collectif, qui permet aux individus d'être identifiés par les autres, mais aussi de s'identifier face aux autres. (Ssoussi, 1998, P 14). Dans cette logique, l'identité est constituée de deux aspects : un aspect concret qui contient les acquis identitaires initiaux (avant l'entrée à l'espace social de l'entreprise) il s'agit donc de la trajectoire professionnelle (expériences et formations). Le deuxième aspect consiste en la traduction ou la mise en pratique des acquis professionnels depuis l'entrée du salarié dans son entreprise ou dans une activité libérale.

Le métier entrepreneurial n'échappe pas aux conditions de construction de l'identité entrepreneuriale et ce, malgré des différences entre l'activité du salarié dans une entreprise et celle de l'entrepreneur sur beaucoup d'aspects. En effet, le travail entrepreneurial est un travail qui s'inscrit dans une temporalité unique et totale, il se déroule sur un mode « nomade ». Enfin il

se caractérise aussi par la fragmentation des tâches de travail dans un univers désinstitutionnalisé.

Pour cette raison que certains chercheurs ont défini l'identité tout en essayant d'adapter les éléments constitutifs et qui définissent l'identité professionnelle d'un salarié à l'activité entrepreneuriale à la manière de Sain Saulieu et Claude Dubar. Régis MOUREAU affirme que l'intériorisation active d'une identité d'entrepreneurs est indissociable d'un processus biographique qui combine les expériences antérieures et une anticipation des avensirs possibles.

En effet, il s'agit, pour le porteur de projet de se donner le « pouvoir d'être soi » La mise en cohérence des deux dimensions précédentes dessine des logiques subjectives, c'est-à-dire de nouvelles images de soi. Les identités entrepreneuriales sont des représentations mentales permettant aux individus de retrouver une cohérence, une continuité entre leurs expériences présentes, et celles du passé et à venir. Ce sont des logiques sociales construites par les personnes, qui sont constitutives de leur propre personnalité. Des modèles d'identités entrepreneuriales ont été proposés par MOUREAU en fonction de trois variables essentielles à savoir : les trajectoires des entrepreneurs, la gestion quotidienne de l'entreprise et la vision d'avenir. Ainsi il a distingué ce qui suit :

- L'identité entrepreneuriale affranchie
- L'identité entrepreneuriale inspirée
- L'identité entrepreneuriale stimulée
- L'identité entrepreneuriale avisée (Moreau, 2004, PP 247-255)

5. Présentation et discussion des résultats

5.1. Caractéristiques socioprofessionnelles des enquêtés

Il est à signaler qu'on a réalisé 30 entretiens semi-directifs avec des entrepreneurs (hommes et femmes) activant dans la région de Bejaia. Les thèmes abordés tournent autour de leur trajectoire socioprofessionnelle, leurs motivations de création, l'apport et le soutien des liens sociaux, la gestion de l'entreprise et les projets d'avenir. L'analyse thématique du contenu des entretiens nous a permis d'élaborer une première typologie des trajectoires socioprofessionnelles des entrepreneurs selon les caractéristiques proposées par les spécialistes de la thématique mais aussi selon les données de notre recherche de terrain. Puis on a fait recours aux modèles d'identités entrepreneuriales proposé par Régis MOUREAU.

Ainsi il est apparu que la majorité des entreprises d'entrepreneurs interrogés ont été créées à partir des années 1990. Ces entreprises activent dans des secteurs d'activités divers (industrie, services, bâtiment travaux publics, artisanat) ce qui nous a permis de connaître aussi les spécificités des entrepreneurs activant dans chaque secteur. Il est à signaler aussi que la quasi-totalité des femmes interrogées activent dans le secteur de l'artisanat (la couture, la coiffure), une seule dans les services il s'agit d'une école de formation.

Les formes juridiques adoptées par les entrepreneurs prouvent le caractère familial de la PME algérienne. Ainsi dans la majorité des cas, la forme (société à responsabilité limitée, SARL ou

EURL) est la plus convoitée, la forme (SNC, société au nom collectif), est moins présente dans notre recherche.

Les professions des parents avaient un rôle modeste dans la reproduction d'une nouvelle génération appartenant à la même activité (deux cas ont créé dans la même activité du père). Toute fois l'enquête a révélé que les pères des entrepreneurs ont joué un rôle capital lors du processus de création d'entreprises de leurs enfants. Beaucoup de parents qui étaient des commerçants, cadres dans la fonction publique ont facilité beaucoup de choses à leurs enfants en les mettant en relation avec les administrations concernées par la création ou avec les commerçants ou les fournisseurs des marchandises et les matières premières.

5.2. Typologie des entrepreneurs

A base des résultats obtenus et liés aux caractéristiques socioprofessionnelles des entrepreneurs interrogés comme : âge, niveau d'instruction, profession des parents, expériences antérieures etc.) on a pu établir notre typologie qui se présente comme suit :

5.2.1 -les entrepreneurs héritiers : ils sont en nombre de huit (8), dont (03) trois sont des femmes. Deux ont hérité l'entreprise familiale (de leur père) et l'héritage peut concerner aussi le métier. A cet effet, six (6) entrepreneurs ont appris le métier au sein de l'entreprise familiale c'est-à-dire ont déjà travaillé dans l'entreprise de leur l'oncle, de l'oncle maternel, de leur cousin ou du frangin ou même celle du père. Cette catégorie est jeune et l'âge des entrepreneurs ne dépasse pas 40 ans ayant un niveau d'instruction très élevé (universitaire chez la majorité d'entre eux) ils veulent innover l'entreprise familiale en essayant

d'introduire de nouveaux concepts à l'entreprise comme : l'objectivité dans les différentes sélections, la compétence etc.

5.2.2. Les entrepreneurs issus du secteur public : cette catégorie contient des cadres, des travailleurs, des médecins, des techniciens supérieurs, ils sont en nombre de six (6), ils ont travaillé dans le secteur public pendant de longues années. Pour des raisons diverses (économiques, sociales ou personnelles) ils ont décidé de se lancer dans l'entrepreneuriat. Ils sont d'un âge avancé (45 ans et plus), beaucoup d'entre eux ont investi dans la même activité (déjà exercé en tant que salarié). A cet effet, ils ont affirmé que leurs expériences antérieures les ont beaucoup aidées à prendre en charge la gestion quotidienne des affaires internes de leur entreprise comme : la réalisation des tâches, la comptabilité. Il s'agit aussi de régler les affaires administratives auprès des services publics concernés par la création. Actuellement il s'agit aussi de la régulation des dossiers, l'obtention de l'information sur les appels d'offres, l'obtention des projets etc. car ils gardent toujours de bonnes relations avec leurs anciens collègues qui activent toujours dans le secteur public. Donc cette catégorie d'entrepreneurs possède un capital relationnel inestimable auquel ils font appel en cas de besoin pour régler les affaires externes de leur entreprise. L'objectif principal de la création d'entreprise consiste chez la majorité d'entre eux, en leur désir d'être indépendants, et la réalisation de soi. En effet, leur carrière salariale ne leur a pas permis de s'imposer et montrer leurs capacités.

5.2.3. Les entrepreneurs chômeurs : cette catégorie contient quatre entrepreneurs (04) et on peut les considérer comme des

autodidactes car ils n'avaient aucune expérience professionnelle avant la création et la formation initiale ou scolaire (diplômes) de certains n'avait pas de relation avec l'activité investie. Ils étaient en situation de chômage, la majorité d'entre eux a saisi les dispositifs d'aide à la création d'entreprises mis à la disposition des chômeurs par les autorités algériennes afin d'absorber le chômage. Ils affirment qu'avant la création, et pour avoir les informations et connaissances nécessaires sur l'activité investie, ils se sont beaucoup documentés (lectures, internet) et certains ont poursuivi des formations accélérées dans le domaine de l'activité investie. Ils exercent des activités artisanales (la couture) ou dans les services (réparation des matériaux frigorifiques) ou dans le BTP. Ils sont jeunes (leurs âges ne dépassent pas la quarantaine) avec un niveau d'instruction très modeste (primaire ou moyen).

5.2.4. Les entrepreneurs immigrés : leur nombre est de trois (3), deux d'entre eux étaient à l'étranger après une longue expérience dans leur domaine d'activité. Ils sont d'un âge avancé 55 ans et plus, et ont un niveau d'instruction très modeste (primaire ou secondaire). Ils ont décidé de rentrer en Algérie pour s'installer définitivement, et leur objectif principal consiste aussi à transmettre leurs expériences. Le troisième n'a jamais travaillé dans une entreprise publique ou privée, il avait une longue expérience dans une entreprise étrangère ici en Algérie, il a occupé plusieurs postes qui lui ont permis d'acquérir des connaissances pratiques et managériales dans le domaine du Bâtiment Travaux Public. Après les encouragements de ses amis de travail, il a décidé de créer sa propre entreprise dans le

domaine du BTP et son objectif principal est de transmettre ses expériences à ses enfants et ses travailleurs. En effet, tous les entrepreneurs de cette catégorie expriment le désir d'introduire des changements profonds au sein de leurs entreprises et de moderniser les secteurs dans lesquels ils activent.

5.2.5. Les entrepreneurs issus du secteur privé : leur nombre est de neuf (9) et quatre d'entre eux sont des femmes. Leurs âges varient entre (28 et 40 ans), leur niveau d'instruction varie entre (secondaire et universitaire). Les membres de cette catégorie ont une expérience moyenne entre (01 – 07) années d'exercice dans le secteur privé. Certains ont exercé dans plusieurs entreprises avant la création, beaucoup d'entre eux aussi ont occupé plusieurs postes de travail (même de responsabilité). Pour cette raison qu'ils considèrent leurs expériences antérieures de très riches puis ils ont décidé de créer leur propre entreprise dans la même activité car ils ont cru qu'ils avaient la capacité de créer leur propre entreprise et de la prendre en charge de la même façon que le fait leur ancien patron. Donc le secteur privé est une école de formation par excellence de futurs entrepreneurs, car il donne la confiance et l'idée à ses salariés de se lancer dans des projets individuels, d'ailleurs on trouve les entrepreneurs de cette catégorie dans des activités diverses comme (les services, l'artisanat, l'industrie).

5.3. Les identités entrepreneuriales

5.3.1. L'identité entrepreneuriale affranchie : elle concerne les entrepreneurs issus du secteur public, ils ont une longue expérience au sein des entreprises publiques, mais les problèmes de ces entreprises (financiers et humains) et l'impossibilité pour

ces entrepreneurs de réaliser leurs objectifs (personnel et social) ce qui les a poussé à créer leur propre entreprise pour réaliser leurs ambitions telles que : la liberté et l'autonomie dans l'exercice du travail, l'utilisation et l'exploitation de leurs riches connaissances et aussi améliorer leur situation sociale et aider leurs familles.

Ils détiennent un capital relationnel riche et varie, car ils sont toujours en contact avec leurs anciens collègues et amis de l'entreprise publique. Ainsi, ces derniers les informent toujours de l'existence des projets et les aident dans leur obtention, pour cette raison que ces entrepreneurs affirment qu'ils ont de très bonnes relations avec le secteur administratif mais aussi avec d'autres entrepreneurs du même secteur d'activité.

Ils préfèrent recruter de l'environnement familial et ils refusent l'extension de leur activité car ils arrivent à réaliser leurs objectifs et l'idée d'ouvrir le capital de leur entreprise car ils préfèrent être les seuls propriétaires et gestionnaires de leur l'entreprise. Ils considèrent l'entrepreneuriat comme un ensemble de caractéristiques personnelles que détiennent un individu et surtout celles liées à une activité, pour qu'il puisse concrétiser son projet dans la réalité et assurer la gestion et le développement de son entreprise.

5.3.2. L'identité inspirée : proche de la trajectoire des entrepreneurs chômeurs, car ils ne possèdent pas d'expériences avant la création de leur entreprise, ils ont acquis les connaissances liées à l'activité investie grâce aux formations poursuivies, la lecture et la documentation sur l'activité, ce sont en quelque sorte des autodidactes. Ils ont créé par amour du

métier pour concrétiser leurs idées dans la réalité, ils sont motivés par l'innovation. Ayant saisi l'occasion des dispositifs d'aide à la création d'entreprise dans le financement de leurs projets, Ils étaient aussi très soutenus matériellement par les membres de leurs familles. Ils ont de bonnes relations avec d'autres entrepreneurs du même secteurs d'activité, ils préfèrent recruter de leur entourage familial, ils refusent l'idée d'ouvrir le capital de leur entreprise et certains d'entre eux ne souhaitent pas rester propriétaire à vie et préfèrent transmettre leur entreprise à un membre de la famille ou un cadre de l'entreprise. Ils affirment aussi que les dispositifs d'aide à la création d'entreprises contribuent au financement des projets et développement ainsi l'économie nationale d'une manière générale. Ils considèrent l'entrepreneuriat comme un ensemble d'éléments liés à l'environnement et à la société et une personne ne peut créer seule sa propre entreprise.

5.3.3. L'identité avisée : elle concerne les entrepreneurs héritiers d'entreprise parentale ou d'un métier familial. Les membres de cette catégorie ont acquis leurs expériences professionnelles au sein de l'entreprise familiale. En effet, ils ont occupé plusieurs postes, notamment de responsabilité. Plusieurs objectifs sont derniers la création de l'entreprise : économiques (gagner de l'argent, créer leur propre poste de travail) et sociaux comme (aider leurs familles, la modernisation des entreprises et des métiers hérités grâce à l'introduction de nouvelles techniques de travail ils veulent donc mettre leur propre touche personnelle. Les entrepreneurs de cette catégorie ont affirmé que le capital investi est familial ils ont de bonnes relations avec d'autres

entrepreneurs et aussi avec le secteur administratif. Ils font beaucoup appel aux ressources familiales dans la gestion de leurs entreprises ils sont très critiques à l'égard des dispositifs d'aide à la création d'entreprises car ils ont créé un désordre. En effet, pour eux l'entrepreneuriat commence par une formation dans un domaine ou métier pour mieux connaître l'activité puis l'entrepreneuriat se base aussi sur l'expérience de l'entrepreneur et à un certain nombre de qualités liées à l'environnement.

Ils affirment aussi qu'ils sont prêts à ouvrir le capital de leurs entreprises à d'autres partenaires de confiance, à condition que ces derniers apportent de l'argent et de nouvelles idées à l'entreprise. Ils souhaitent aussi élargir leur activité ou ouvrir de nouveaux ateliers.

5.3.4. L'identité stimulée : ce modèle est proche des trajectoires d'entrepreneurs immigrés et d'entrepreneurs issus du secteur privé.

Pour les entrepreneurs immigrés : ils ont acquis une longue expérience au sein de l'entreprise étrangère (soit en Algérie ou à l'étranger). Ils maîtrisent parfaitement leur activité et souhaitent transmettre leurs expériences aux autres ici en Algérie ou les concrétiser au sein de l'entreprise qu'ils ont créé. Ils sont très disciplinés avec beaucoup de rigueur dans le travail.

Ils ont financé leurs projets eux même et ils entretiennent des relations très professionnelles avec d'autres entrepreneurs, ils obtiennent leurs projets d'une manière légale tout en respectant la réglementation, ils préfèrent recruter leurs personnels en

dehors du cercle familial et font appel dans leur sélection aux critères liés au travail comme : la compétence et l'expérience.

Ils ne pensent pas à l'extension de leurs activités ni à l'ouverture des capitaux de leurs entreprises, actuellement ils sont concentrés sur l'avenir de l'entreprise et sa transmission à l'un des membres de la famille, car ils sont très avancés dans l'âge. Ils donnent à leur activité une dimension personnelle, car elle leur a permis de créer et gérer leur entreprise selon leurs propres idées et représentations.

Pour les entrepreneurs issus du secteur privé : ils ont acquis une expérience moyenne dans le secteur privé, beaucoup ont occupé plusieurs postes dont certains sont des postes de responsabilité. Ces expériences leur ont donné de la confiance en leur capacités à créer leur propre entreprise. D'ailleurs beaucoup d'entre eux ont investi dans la même activité déjà exercée dans le secteur privé. Leurs objectifs de création sont économiques (créer leurs propres postes de travail, gagner de l'argent, améliorer leurs conditions sociales) ils visent aussi à présenter des services ou produits de qualité et capables de satisfaire les clients. Ils affirment aussi avoir reçu des aides (financières, matérielles et morales) de la part leurs familles lors du processus de création. Ils cherchent toujours à se former pour mieux maîtriser la gestion de l'entreprise, ils entretiennent des relations professionnelles avec d'autres entrepreneurs et ils préfèrent recruter leurs personnels en dehors du cercle familial. Ils considèrent les dispositifs d'aide à la création d'entreprise négatifs à cause de l'absence d'études pour mieux connaître les besoins pour cette

raison ils pensent que l'entrepreneuriat commence par la formation de l'entrepreneur pour qu'il puisse maîtriser les étapes de création et la gestion de l'entreprise et l'entrepreneur doit avoir un certain nombre de caractéristiques personnelles car il exerce beaucoup de fonctions durant et après la création de son entreprise. Ils veulent élargir leurs activités dans l'avenir car ils considèrent le travail comme un moyen qui concrétise leurs projets, leurs innovations et réaliser des résultats économiques sur le terrain.

6. Conclusion :

L'enquête de terrain qu'on réalisée nous a permis de classifier les entrepreneurs selon quatre modèles identitaires en fonction des caractéristiques professionnelles et sociales, il est apparu que ces entrepreneurs activent dans un environnement plus ou moins hostile, les durées de création sont assez longues, beaucoup d'obstacles (bureaucratie et lenteur de l'administration) ont été soulevés. Ce qui a nécessité l'intervention des amis et proches des entrepreneurs pour débloquer les situations. La recherche a confirmé donc l'encastrement de l'activité entrepreneuriale dans la structure sociale, ainsi les membres de la famille sont très présents dans l'activité entrepreneuriale car ils ont contribué dans le financement des projets, intervenu auprès des services concernés par la création, ils ont mis à la disposition des porteurs de projets leurs biens matériels comme leurs locaux, leurs véhicules, les matières premières etc. Nous pouvons donc dire que sans l'intervention de ces proches, la majorité des entrepreneurs étudiés n'auraient jamais pu concrétiser leur

projet. Les entrepreneurs interrogés ont confirmé que la création ex nihilo est rare ou presque inexistante en Algérie.

Il est apparu aussi que les trajectoires antérieures étaient d'une importance capitale sur le déclenchement du processus de création d'entreprise chez la quasi-totalité des entrepreneurs interrogés, elles étaient un prolongement d'activité pour eux. Ils affirment que leurs expériences leur ont permis de réaliser beaucoup d'activités au sein de leur entreprise (financières, administratives et techniques). Ainsi et grâce à l'entrepreneuriat ils ont trouvé la liberté d'exercer les tâches et l'autonomie et surtout d'échapper à un travail régulé et plein de directives.

Bibliographie :

Kirpal, S. (2006). Les identités au travail dans des perspectives comparatives. Le rôle des variables contextuels nationales et sectorielles ». Revue européenne de formation professionnelle, 39, 25 - 47.

Martucelle, D et autres. (2008). L'espace de l'identité. In Kadouri. M. et autres. La question identitaire dans le travail et la formation (pp.24-34). L'harmattan.

Moreau, R. (2004). L'émergence organisationnelle. Le cas des entreprises de nouvelles technologies. Thèse de doctorat. Université de Nantes. Département de sociologie, France.

Sainsaulieu, R ; & Protet, F. (1994). Méthodes pour une sociologie de l'entreprise. Edition Presses de la fondation des sciences po.

Soussi, S. (1998). Changements technologiques et Identité au travail. Thèse présentée en vue de l'obtention du grade PHD. Faculté des arts et sciences. Université de Montréal.

Dubar, C (.2000). La socialisation, construction des identités sociales et professionnelles (3 ed). Edition Armand Colin.

Filion, L-J. (2000). Typologie des entrepreneurs, est-ce vraiment utile ? Cahier de recherche, 14, 130 – 172.

Gillet, A ; & Madoui, M. (2004). Les entrepreneurs algériens : un groupe hétérogène entre logique familiale et logique économique. Cahiers du Griot, 125 – 140.

Odile, B. (2010). Système de contrôle et de gestion et trajectoire du propriétaire-dirigeant de petite entreprise : le secteur de l'agencement d'intérieur dans le grand – EST, Thèse de doctorat. Université Paris-EST. Marne la Valle.

Pennef, J. (1982). Carrières et trajectoires sociales des patrons algériens. Actes de la recherche en sciences sociales, 41 (1), 61-72.

Sainsaulieu, R, (1977). L'identité au travail. Edition Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques.

Verstraete, T & al, (2000). Histoire d'entreprendre, les réalités de l'entrepreneuriat. Editions EMS.

Vrankhen, D. & Thmsin, L. (2008). Le social à l'épreuve des parcours de vie. Revue Louvain la Neuve Academia Bruylant, 7, 153 – 164.

Verstraete, T. (1999). Entrepreneuriat, connaître l'entrepreneur comprendre ses actes. L'Harmattan

