

**LE PROFIL ENTREPRENEURIAL :  
FACTEUR DISCRIMINANT DU DEVELOPPEMENT  
ECONOMIQUE**

Mohamed **BOUKHARI**\*

Abderrahmane **ABEDOU**\*\*

**Résumé:**

Le développement économique est un objectif majeur pour tout pays. Selon le classement établi par le Forum économique mondial, le développement économique dépend du niveau du PIB *per capita* et de la part des exportations des biens minéraux dans l'exportation totale. A partir de la base de données GEM Algérie, nous montrons que le profil entrepreneurial, en tant qu'ensemble cohérent, est un bien meilleur discriminant du niveau de développement d'une économie que la part des exportations des biens minéraux dans l'exportation totale. Nous avons trouvé qu'il était possible d'identifier les composantes corrélées du profil de l'entrepreneur algérien et qu'elles reflétaient convenablement le stade de développement de l'Algérie par rapport à la classification proposée par Porter. Cela nous a permis de faire des suggestions pratiques aux pouvoirs publics algériens afin d'influencer positivement la compétitivité de l'économie de ce pays.

**Mots clés :** Développement économique, Profil entrepreneurial, Compétitivité, GEM.

**Codes JEL:** O1, L26.

**Introduction**

L'Algérie à l'instar de beaucoup d'autres autres pays est en pleine mue économique. Cette transformation reflète l'envie de développe-

---

\* Professeur Université de Blida 2 (Algérie), Chercheur associé CREAD (Algérie).  
Email : Boukhari.m@gmail.com

\*\* Directeur de recherche CREAD (Algérie). Email : Abedou@yahoo.fr

ment économique, synonyme d'accumulation de richesse, d'amélioration de la qualité de vie et de pérennisation de la croissance. Parmi les modèles de développement économique, celui de Porter (2002) est un modèle phare. Ce modèle est directement issu de la collaboration avec le Forum économique mondial et est fortement influencé par le fameux article de Porter (1990) sur la compétitivité où il expose son « *The Diamond Model* ».

Porter (1990) explique que la compétitivité des nations dépend de quatre grands attributs qui, pris individuellement et comme système, déterminent leur avantage comparatif. Ces attributs sont : les facteurs, la demande, les industries de soutien, et enfin la structure, stratégie et rivalité des entreprises. Les facteurs reflètent la situation du pays par rapport aux facteurs de production tels que l'infrastructure ou la main d'œuvre nécessaires au fonctionnement d'une industrie. La demande a trait à la nature du marché local vis-à-vis d'une industrie. Le troisième attribut montre la présence ou l'absence d'industries fournisseurs ou toutes autres industries liées étant internationalement compétitive. Le dernier attribut exhibe comment les entreprises sont créées, organisées ou gérées ainsi que la nature de la concurrence dans un pays donné. C'est par ces déterminants que l'environnement économique se crée, cela qui conditionne la naissance et la compétitivité des entreprises.

Le classement annuel des pays par le Forum économique mondial, en fonction de leur indice de compétitivité, a permis à Porter (2002) d'identifier trois étapes successives de développement d'une économie : économie drivée par les facteurs, économie drivée par l'investissement (l'efficience) et économie drivée par l'innovation.

A partir de ce modèle, le Forum économique mondial dresse annuellement une liste des pays selon leur étape de développement. Pour classer les pays par niveau de développement, Schwab and Porter (2006) se sont appuyés sur le revenu par tête comme indicateur pertinent de classement. Les pays ayant un PIB *per capita* inférieur à 2000 dollars ont une économie drivée par les facteurs, entre 3000 et 9000 dollars une économie drivée par l'efficience, et les pays avec un PIB par tête supérieur à 17000 dollars sont supposés être des économies drivées par les innovations. Pour compléter le tableau, les auteurs proposent deux phases de transition. Les pays en transition du premier au deuxième niveau de développement sont les pays à PIB par

tête situé entre 2000 et 3000 dollars, les pays en transition du deuxième au troisième niveau de développement sont ceux ayant un PIB par tête compris entre 9000 et 17000 dollars.

Le choix du PIB *per capita* comme outils de classement est dû au fait qu'il soit une bonne approximation du niveau des salaires dans un pays, ce dernier reflétant évidemment la productivité. Néanmoins, à partir de 2009 certains pays sont déclassés pour passer au stade de transition du premier au deuxième niveau de développement malgré l'augmentation de leur PIB *per capita*. La faute à l'introduction d'un deuxième critère de classement. Ce critère mesure à quel point un pays est drivée par les facteurs de production. Il est approximé par la part des exportations des biens minéraux dans l'exportation totale (Schwab, 2009).

Ainsi, des pays comme l'Algérie, le Qatar ou l'Arabie Saoudite sont passés dans le rapport de 2009-2010 dans la catégorie de pays à économie en transition vers le stade d'efficience. Seule exception, les Emirats Arabes Unis sont considérés comme pays à économie drivée par l'innovation. Dans le rapport 2014-2015, les Emirats sont passés dans la catégorie des pays en transition vers une économie drivée par l'innovation alors que le Qatar à celle de pays à économie drivée par l'innovation !

L'argumentaire avancé dans le rapport du Forum économique mondial est le suivant. Certains pays, comme le Qatar, ont atteint un niveau de PIB par tête trop élevé, qui pour rappel sert à approximer le niveau des salaires, ce qui dénote d'une très forte productivité du travail. La capacité d'accroître un si haut niveau de productivité dans tout autre secteur que celui des hydrocarbures est basée sur l'aptitude de l'économie à booster l'innovation. En effet, l'importation de technologies d'ailleurs ne peut accroître suffisamment la productivité pour maintenir le niveau élevé des salaires. L'innovation dans ces pays parait donc plausible, surtout qu'ils ont des moyens suffisants pour financer ces innovations, vu leur niveau de revenus.

Bien que cet argumentaire paraisse plutôt cohérent, il recèle quelques faiblesses sur le plan empirique. Les données présentées dans le rapport 2014-2015 du Forum économique mondial montrent que l'indice de compétitivité global du Qatar est inférieur à celui des Emirats (5,24 contre 5,33), alors que le premier pays est censé être

plus développé que le second. Si maintenant nous comparons 2006 à 2014 nous verrions que l'économie algérienne est plus compétitive en 2014 qu'elle ne l'a été en 2006. L'indice global de compétitivité de l'Algérie est passé de 3,90 en 2006 à 4,08 en 2014 alors qu'en termes de développement économique, le pays est déclassé d'une économie drivée par l'efficience à une économie en transition vers cette dernière.

L'autre élément empirique est le fait que le Forum économique mondial n'arrive toujours pas à expliciter statistiquement le deuxième critère de classement des pays selon le stade de développement. Si Porter (2002) avait montré statistiquement l'existence d'une corrélation positive entre compétitivité et PIB *per capita*, il n'existe toujours pas d'évidences statistiques entre la part des ressources naturelles dans l'exportation et la compétitivité.

Ces éléments nous poussent à penser qu'il existe d'autres outils de discrimination des pays en termes de stade de développement. La piste que nous privilégions est celle du profil entrepreneurial sur la base du raisonnement suivant.

Comme nous l'avions signalé précédemment (Porter, 1990), la structure, stratégie et rivalité des entreprises est un déterminant clé de la compétitivité dans le modèle « diamant ». Il explique en particulier qu'il n'existe point de système managérial universel, mais que la compétitivité requiert la convergence des pratiques managériales avec les modes d'organisation favorisés dans un pays et les sources de l'avantage concurrentiel dans l'industrie. En Italie, par exemple, la stratégie d'entreprises leaders mondiales (fabrication de chaussures, machines d'emballage...) se base sur la focalisation, les produits personnalisés, le marketing de niche et la flexibilité qui s'apparente à la dynamique de l'industrie et le caractère du style italien de management. Ce dernier suppose de petites ou moyennes entreprises privées avec un modèle d'organisation qui ressemble à une famille élargie, donc plutôt communautaire. En Allemagne le système managérial est plus propice aux industries techniques et d'engineering (Chimie, machines industrielles complexes...) où ces produits complexes nécessitent la précision, un développement minutieux, un bon service après-vente et une structure de management hautement

disciplinée. Dans ce pays, le style de management est hautement hiérarchique avec une haute direction à fort bagage technique.

Porter fait remarquer que les objectifs poursuivis par les entreprises et les individus diffèrent d'un pays à l'autre. Au Etats-Unis, le capital risque est largement répandu contrairement à l'Allemagne et la Suisse où les banques investissent à long terme dans les entreprises en conservant les actions. L'esprit de concurrence est un formidable stimulus pour la création et la pérennisation de l'avantage comparatif. Porter (1990) donne le chiffre de 112 entreprises concurrentes au Japon dans le domaines des machines-outils, 34 dans les semi-conducteurs et 33 dans la construction navale. La compétitivité est renforcée par le comportement de concentration. En Italie, la joaillerie est concentrée dans les villes d'Arezzo et de Valenza Po. En Suisse les entreprises pharmaceutiques sont installées à Bale.

Porter (1990) signale aussi que la compétitivité suppose des entreprises qui regardent vers l'international, c'est-à-dire qui ont une approche globale. Sous l'effet de la concurrence nationale, les entreprises cherchent la profitabilité et l'effet d'échelle en allant vers le marché international. Dans ces circonstances les entreprises s'appuient sur l'innovation pour asseoir leur domination. Le leadership devient une nécessité impérieuse pour devenir et rester compétitif. Le leader croit dans le changement, l'innovation et la concurrence de manière continuelle.

De ce qui a été dit, il ressort que les croyances, les ambitions et le leadership, ou tout simplement le profil entrepreneurial, façonnent la compétitivité des entreprises, donc des nations, ce qui se reflète sur le niveau de développement des pays. Il est vrai, comme le montre Porter, que le profil entrepreneurial peut différer d'un pays à l'autre mais, si ses composantes sont en adéquation avec la réalité économique du pays, donc son niveau de développement, alors il existe de fortes chances que cette nation arrive à maintenir son présent niveau de compétitivité, voire l'augmenter. Cela, évidemment, se répercute sur son stade de développement.

Pour appuyer ce qui a été avancé, prolongeons le travail de Porter (1990) par des travaux plus récents et plus larges, dans le sens où Porter se focalise sur des pays essentiellement avancés (Etats-Unis,

Japon, Allemagne, Italie, Suisse...). Pour ce faire appuyons nous sur les travaux relatifs au projet GEM.

Le projet Global Entrepreneurship Monitor (GEM) s'intéresse à l'évolution de l'activité entrepreneuriale dans le monde ainsi qu'à ses déterminants. L'approche GEM est originale dans le sens où elle s'appuie théoriquement sur l'approche conceptuelle de Porter (2002) sur la compétitivité qui est d'ordre microéconomique, contrairement à celle de Sachs and Warner (1995) plutôt macroéconomique. Le modèle GEM est un modèle à deux niveaux. Le contexte entrepreneurial est mesuré au niveau national, tandis que le profil des entrepreneurs est mesuré au niveau individuel et ensuite agrégé au niveau national (Levie & Autio, 2008). Le contexte entrepreneurial est mesuré via une enquête auprès d'experts nationaux (NES) alors que le profil des entrepreneurs est mesuré par enquête auprès de la population adulte (APS).

Dans le rapport de 2015 du Forum économique mondial en collaboration avec le GEM, l'examen de la relation entre entrepreneuriat et compétitivité a permis d'arriver à plusieurs conclusions intéressantes. Sur un échantillon de 44 économies à différents stades de développement, 3 aspects de l'activité entrepreneuriale ont été étudiés.

Première conclusion de ce rapport est la relation inverse entre l'activité entrepreneuriale totale au stade précoce et l'indice globale de compétitivité. En d'autres mots, plus l'économie est compétitive plus les entrepreneurs sont moins enclins à démarrer une entreprise ! Afin d'expliquer ce phénomène plusieurs hypothèses ont été avancées : 1) Plus l'économie est compétitive plus les coûts de démarrage d'une entreprise sont élevés en raison des opportunités d'emploi offertes par la concurrence ; 2) Plus une économie est compétitive plus il existe une discrimination à l'entrée en raison des exigences élevées en matière de compétences ; 3) L'influence des facteurs culturels, à l'instar de l'aversion pour le risque.

Deuxième conclusion, plus l'économie est compétitive plus le comportement des entrepreneurs est ambitieux. L'ambition mise en avant et celle des entrepreneurs qui ne se contentent pas seulement de s'auto-employer, ils poursuivent des objectifs de croissance. Le profil type d'un entrepreneur type est défini en fonction des résultats de

l'analyse comme étant de sexe masculin d'un niveau d'instruction supérieur et qui travaille en équipe avec un groupe d'entrepreneurs-managers. Dans les économies drivées par les facteurs, il est plutôt jeune, et plus âgé dans les pays les plus développés économiquement.

La troisième conclusion du même rapport a trait à l'innovation. Il est montré que plus une économie est compétitive plus les entrepreneurs sont innovants. Les entrepreneurs innovants sont plutôt motivés par l'opportunité et non par la nécessité.

Toutes ces conclusions tendent à montrer que le profil des entrepreneurs affecte sérieusement l'activité entrepreneuriale. Ainsi plus une économie est compétitive, donc développée, plus l'entrepreneur est ambitieux, innovant et opportuniste. L'activité entrepreneuriale par contre n'est pas indicatrice de compétitivité, elle est inversement proportionnelle à cette dernière.

Les faiblesses du rapport 2015 du Forum économique mondial en association avec GEM tiennent à deux faits. Premièrement, le choix des variables, pour la régression avec l'indice globale de compétitivité, n'est pas clairement explicité. Le questionnaire GEM comporte une multitude de questions alors que les variables choisies ne reflètent que la réponse à quatre questions. Reflètent-ils le profil entrepreneurial selon la méthodologie GEM ? A notre avis, non !

Secundo, toutes les relations mises en avant par le rapport révèlent un trop faible coefficient de détermination ( $R^2$ ), ce qui signifie une faible précision de l'ajustement de la droite de régression. Par exemple, pour la relation entre ambition et compétitivité, le coefficient de détermination n'est que de 9%. Entre l'innovation et la compétitivité, il n'est que de 8%.

Ces éléments nous poussent à penser que la compétitivité d'un pays, donc son niveau de développement, dépend du profil entrepreneurial en tant qu'ensemble cohérent. Autrement dit, les composants d'un profil entrepreneurial pris individuellement ont un faible pouvoir discriminant par rapport à la compétitivité. Ce qui signifie qu'à chaque stade de développement correspond un profil entrepreneurial particulier. Mais faut-il aussi que ce profil entrepreneurial puisse exister !

A partir de ce raisonnement nous avons posé cette première hypothèse : pour une économie donnée, il est possible d'identifier un profil entrepreneurial constitué de composantes corrélées. Deuxième hypothèse : ce profil permet de situer le stade de développement du pays par rapport à la classification identifiée par Porter (2002).

Pour vérifier ces hypothèses, nous avons opté pour une approche empirique basée sur l'analyse factorielle des données GEM 2013, relatives au profil de l'entrepreneur algérien. Les données sont issues de la base validée par les administrateurs du projet global GEM.

Nous avons choisi l'Algérie du fait de notre appartenance à la *team Algeria*, membre du projet Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Cela nous a assuré la disponibilité des données détaillées de l'enquête. Les données de 2013 sont les plus récentes.

Le présent papier est structuré de la manière suivante. La première partie est consacrée à la discussion de la nature du profil entrepreneurial selon le modèle GEM. Dans la deuxième partie, nous exposons la méthode et les variables à étudier. La troisième partie est dédiée à la présentation des résultats, ces derniers sont discutés dans la dernière partie.

## **1. Nature du profil entrepreneurial selon le modèle GEM**

L'objectif premier du projet GEM est l'étude de la relation complexe entre l'entrepreneuriat et la croissance économique (Reynolds, Bygrave, Autio, Cox, & Hay, 2003). Pour ce faire un modèle théorique propre a été créé puis revisité au bout de dix années de collecte empirique de données (Bosma, Coduras, Litovsky, & Seaman, 2012). En plus d'un glissement microéconomique, suite aux travaux de Porter (2002), la principale différence tient dans la perception de l'acte entrepreneurial. Dans le modèle initial, on supposait que le processus entrepreneurial est le résultat de la présence d'opportunités sur le marché et la capacité des individus à les saisir pour créer des entreprises. Le nouveau modèle suppose l'existence d'un profil entrepreneurial qui explique la création d'entreprises. Le principal argumentaire est relatif aux travaux ayant montré que l'activité entrepreneuriale contribue différemment au développement économique.



Selon le modèle GEM, la nature du profil entrepreneurial suppose l'étude de l'attitude de l'activité et des aspirations des entrepreneurs.

### **1.1. L'attitude des entrepreneurs**

Le modèle GEM paraît très influencé par la théorie du comportement planifié de Ajzen (1991). Selon cette théorie, applicable au domaine de l'entrepreneuriat (Krueger & Carsrud, 1993), les croyances normatives, comportementales et de contrôle conditionnent les normes subjectives, l'attitude et la perception. Ces derniers sont la base de l'intention qui précède le comportement.

Selon le modèle GEM, l'attitude permet d'évaluer l'association des croyances nationales à l'encontre d'items caractéristiques à l'acte entrepreneurial. La perception en tant que concept suppose la perception d'opportunités, l'auto-efficacité, la peur de l'échec et la familiarité avec l'entrepreneuriat au travers de son réseau de connaissances. L'intention capture la phase précédant l'acte entrepreneurial. Elle se situe entre l'attitude/perception et le passage à l'acte de création de son entreprise (Bosma et al., 2012).

### **1.2. L'activité entrepreneuriale**

Il existe moult façons de mesurer l'activité entrepreneuriale, le modèle GEM a sa propre méthodologie. Parmi les plus importants, le nombre d'entreprises naissantes, le nombre d'entreprises établies, le taux de cessation d'activité, le taux de propriétaires-managers dans les nouvelles entreprises et les entreprises établies (Bosma et al., 2012). L'indicateur issu du projet GEM le plus médiatisé dans la littérature scientifique est incontestablement le TEA, l'activité entrepreneuriale totale au stade précoce.

Originellement l'acronyme TEA désignait l'activité entrepreneuriale totale. Comme le souligne Hindle (2006) ce fut une erreur de la part du projet GEM de vouloir proposer un index qui désigne « tout » dans l'espoir d'attirer l'attention des politiques et des journalistes. Devant la difficulté, la nouvelle appellation explicite le fait que le TEA permet d'identifier l'entrepreneuriat naissant, c'est-à-dire les personnes ayant mis en place un projet mais qui ne leur rapporte aucun revenu depuis au moins trois mois, ainsi que les propriétaires-managers de nouvelles entreprises. Par nouvelle, le modèle GEM sous-entend les entreprises âgées de moins de quarante-

deux mois et qui assurent des revenus au propriétaire-manager. Ainsi le stade précoce englobe deux phases : la phase de naissance et celle de consolidation.

Malgré l'intérêt indéniable du TEA, cet index ne reflète guère l'existence d'une relation linéaire entre l'entrepreneuriat et le développement économique (Acs, 2006). Cet index doit être utilisé avec prudence pour l'analyse. Comme le montrent Bosma et al. (2012), le TEA ne devrait point être employé comme simple outil de classement des pays selon le taux d'activité entrepreneuriale. Par exemple, dans les pays à économie drivée par les facteurs, la réduction du TEA peut paradoxalement être positive si elle reflète le déclin de l'entrepreneuriat de nécessité.

Le modèle GEM accorde une importance particulière aux motivations liées au démarrage d'un nouveau projet. Dans ce sens, il a introduit les notions de nécessité et d'opportunité. Ainsi, le modèle GEM mesure l'entrepreneuriat de nécessité, relatif au maintien de revenu, et l'entrepreneuriat d'opportunité, afférent au désir d'indépendance et d'accroissement des revenus. Des études ont montré tout l'intérêt de retenir les revenus comme motivation du comportement entrepreneurial. Par exemple, en analysant le comportement des entrepreneurs à domicile, Roberts and Robinson (2012) concluent que ces individus sont motivés par l'accroissement de leurs revenus. Cette distinction entre entrepreneuriat d'opportunité et de nécessité a permis des conclusions intéressantes sur les comportements des entrepreneurs. Ainsi, dans les pays à économie axée sur l'innovation, les individus sont plutôt orientés vers l'entrepreneuriat d'opportunité. A contrario, l'entrepreneuriat de nécessité est plus répandu dans les pays dont l'économie est drivée par les facteurs et ceux dont l'économie est drivée par l'efficacité (Kelley, Brush, Greene, & Litovsky, 2011).

### **1.3. Les aspirations entrepreneuriales**

Les théories classiques du développement supposent généralement que la croissance est un phénomène naturel ne comportant aucun lien avec les priorités de l'entrepreneur. Cependant les études montrent qu'il n'en est pas ainsi, puisque la décision de croissance de l'entreprise est un choix délibéré de la part de l'entrepreneur. Kolvereid (1992), par exemple, montre que les entrepreneurs, aspirant

à la croissance de leurs entreprises, sont hautement motivés par le facteur réussite.

Cette dimension fait partie du modèle GEM, qui s'appuie vraisemblablement sur l'apport de Hessels, Gelderen, and Thurik (2008). Ces derniers mettent en avant trois facteurs reflétant l'aspiration des entrepreneurs : innovation, croissance de l'emploi et orientation vers l'export. Ainsi, dans les pays où la motivation des individus est orientée vers l'accroissement de la richesse, les entrepreneurs aspirent majoritairement à voir leurs entreprises croître en termes d'employés et s'orienter vers l'export.

## **2. La méthode**

### **2.1. Les données**

Usant des données validées par le consortium GEM, nous voulons répondre à nos deux hypothèses. La première veut s'assurer que l'entrepreneur algérien peut être distingué par un profil entrepreneurial constitué de composantes corrélées. La seconde hypothèse cherche à montrer que le profil de l'entrepreneur algérien permet de situer le stade de développement de ce pays par rapport à la classification identifiés par Porter (2002).

Le profil des entrepreneurs algériens est approché selon le modèle GEM en s'assurant l'analyse de ses trois composantes : l'attitude, l'activité et l'aspiration. En se référant au rapport opérationnel de Bosma and Levie (2010), 43 variables ont été choisies.

Il est particulièrement intéressant de relever que deux variables ont été créées à partir des réponses à quatre questions, afin de mesurer l'aspiration des entrepreneurs par rapport à la croissance de leur entreprise. Pour mesurer l'aspiration des entrepreneurs naissants et des entrepreneurs-managers par rapport à la croissance, la différence des chiffres-réponses données aux questions relatives au nombre de salariés actuels et futurs a été codée comme variable catégorielle. Si la différence est supérieure à cinq salariés, l'aspiration de croissance est considérée comme acquise. Dans le cas contraire, inférieure ou égale à cinq salariés, l'aspiration de croissance est considérée comme absente. Comme le questionnaire du GEM demande le nombre de salariés prévus dans cinq années, nous avons éliminé l'hypothèse de

croissance normale d'un business en supposant que cette dernière équivaut à l'augmentation de l'effectif d'un salarié par an.

## **2.2. Analyse factorielle**

Puisque le premier objectif de la présente étude est d'identifier le profil de l'entrepreneur algérien, nous avons opté pour l'analyse factorielle. L'idée est de faire ressortir les types d'entrepreneurs, tels qu'ils sont prévus par le modèle GEM (Naissants et Propriétaires-managers), en tant que variables latentes indépendantes. Dans ce cas, à chaque facteur (type d'entrepreneur) sont associées des caractéristiques (variables fortement corrélées avec le facteur). Ces dernières sont supposées refléter le profil entrepreneurial selon le type d'entrepreneur.

Il est évident que le profil, ainsi déterminé, n'est pas unique. L'analyse factorielle nous permet d'expliquer la plus forte proportion de la variance (covariance) en réduisant un nombre important d'informations, ce qui est le cas pour la base de données GEM. Ainsi, les entrepreneurs appartenant au même type auront tendance à avoir des caractéristiques similaires, sachant que ces dernières sont plus corrélées entre elles qu'avec les autres variables.

Signalons que nous avons introduit six variables supplémentaires pour mieux illustrer les résultats de l'analyse factorielle. Les variables illustratives introduites sont toutes nominales ou catégorielles. Dans l'ordre, les variables illustratives retenues sont le sexe, l'âge, le niveau d'instruction, le statut marital, la situation de travail du père, le statut du père.

Puisque toutes les variables retenues sont des variables nominales ou catégorielles, nous avons opté pour l'analyse des correspondances multiples.

Une fois le profil déterminé, nous pouvons vérifier la validité du classement de l'Algérie dans le rang des pays en transition vers une économie drivée par l'efficacité. Pour ce faire, nous comparons les résultats de l'analyse factorielle aux caractéristiques théoriques supposées. Ces dernières sont tirées des éléments présentés dans l'introduction, des modèles de Porter (1990) et Porter (2002), du rapport 2015 Forum économique mondial-GEM, et de la nature du

profil entrepreneurial selon le modèle GEM. Ces caractéristiques théoriques supposées sont résumées dans le tableau n°1.

**Tableau N°1 : Caractéristiques théoriques supposées des profils entrepreneuriaux selon le stade de développement de l'économie**

Composantes	Economie drivée par les facteurs	Economie drivée par l'efficience	Economie drivée par l'innovation
Croyances des entrepreneurs	Faible couts de production, marché national vierge	Export, sous-traitance, industrie, maitrise technologique	changement, innovation et concurrence de manière continuelle
Motivation des entrepreneurs	Nécessité	Nécessité et opportunité	Opportunité
Aversion pour le risque	Forte	Moyenne	Faible
Entrepreneuriat coopératif	Clusters faiblement profonds	Clusters moyennement profonds	Profonds clusters
Activité entrepreneuriale	Forte	Moyenne	Faible
Ambition des entrepreneurs en termes de marché et de croissance	Nationale	Régionale, régions cibles	Globale
Ambition des entrepreneurs en matière d'innovation	Faible	Moyenne	Forte

*Source. Elaboré par les auteurs*

A la lecture du tableau 1, nous voyons que les économies drivées par les facteurs sont tributaire d'un profil entrepreneurial particulier. En moyenne, l'entrepreneur est persuadé que les coûts de production sont faibles, en raison des bas salaires, que le marché national est vierge, ne nécessitant, donc, pas d'aller vers des produits sophistiqués. Le marché national est vu comme vierge en raison du gap entre le nombre de biens et services produits localement et ceux importés. Pour l'entrepreneur, il existe une belle marge en matière d'industrie de substitution des importations. Le faible niveau de vie, en raison des faibles salaires, encourage l'aversion pour le risque et pousse vers un fort taux d'activité entrepreneuriale de nécessité. C'est pour cette raison que l'ambition des entrepreneurs en matière de croissance, d'export ou d'innovation est faible. Les entrepreneurs optent pour la solution d'imitation qui leur parait la plus simple et la moins risquée à mettre en place. D'ailleurs, ils voient la présence d'un fort nombre de

concurrents comme un signal positif témoignant, selon eux, d'une forte demande sur le marché. La coopération entre les entrepreneurs est réduite à l'aspect opérationnel (production, approvisionnement, vente), non stratégique (innovation). Cela conditionne la présence de clusters primitifs, horizontaux peu profonds.

Le profil des entrepreneurs d'une économie drivée par l'innovation est à l'opposé de celle d'une économie drivée par les facteurs. L'entrepreneur croit fermement dans le perpétuel changement, innovation et concurrence. Le niveau élevé des salaires et de la productivité rendent la prise de risque couteuse, cela conditionne l'activité entrepreneuriale par la présence réelle et mesurable d'une opportunité. Evidemment cela implique un faible niveau d'activité entrepreneuriale. Dans ce marché hautement concurrentiel, l'ambition entrepreneuriale ne peut-être que globale, basée sur l'utilisation intensive des hautes technologies et l'introduction continue de produits innovants, et ancrée dans de profonds clusters permettant un travail hautement coopératif.

Le profil des entrepreneurs des économies drivées par l'efficience est médian entre les profils évoqués précédemment. La logique de l'entrepreneur évolue, les maitres mots deviennent spécialisation dans l'industrie et la sous-traitance via la maitrise des technologies venues d'ailleurs ce qui permet d'exporter, car le marché local ne permet plus la croissance. De l'autre coté le développement induit l'augmentation des salaires et de la productivité, ce qui diminue l'aversion pour le risque et l'entrepreneuriat de nécessité. Tout se passe comme si l'économie devient duale, d'un côté des entrepreneurs avec un profil correspondant au stade de développement basé sur les facteurs, que nous appelons « de nécessité », et de l'autre de nouveaux entrepreneurs plus ambitieux et plus opportunistes. Cette nouvelle catégorie d'entrepreneurs, appelons la « opportuniste », cherche à exporter ses marchandises vers des pays ou régions cibles sachant qu'elle doit maitriser les technologies pour adapter ses produits à ces nouveaux marchés. La nouvelle réalité impose l'intensification de l'entrepreneuriat coopératif, qui intègre désormais l'aspect innovation, dans des clusters moyennement profonds, spécialisés dans l'industrie et la sous-traitance.

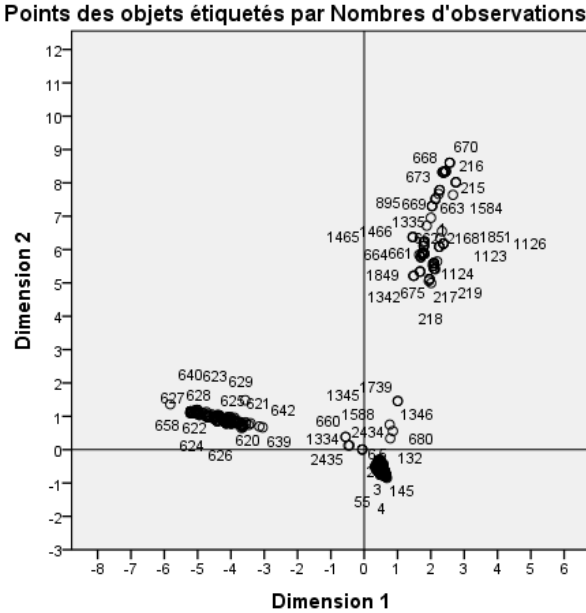
Les stades de transition peuvent être interprétés par le rapport du nombre des entrepreneurs ayant un profil « opportuniste » et « de nécessité ». Plus le nombre des entrepreneurs opportunistes augmente plus cela est indicateur du développement d'une économie. Ainsi, si le nombre d'entrepreneurs opportunistes est suffisamment élevé pour peser sur le comportement général de l'économie, cette dernière passe au stade d'efficience. Si la majorité des entrepreneurs est du type « opportuniste » alors l'économie est probablement au stade d'innovation, dans le cas contraire, où la majorité est de type « de nécessité », nous pouvons supposer que l'économie est plutôt dirigée par les facteurs.

### 3. Les résultats

L'analyse des correspondances multiples a été conduite au départ en supposant l'existence de deux facteurs explicatifs. Les premiers résultats sont encourageants du fait des valeurs élevés de l'Alpha de Cronbach ( $\alpha_{F1} = 0,971$ ,  $\alpha_{F2} = 0,969$ ) et des valeurs de l'inertie ( $I_{F1} = 0,462$ ,  $I_{F2} = 0,446$ ). Néanmoins des « outliers » ont été détectés ce qui nous a conduit à refaire l'analyse. Une autre analyse à trois facteurs a été tentée mais les résultats obtenus ne sont guère satisfaisants sachant que les deux premiers facteurs ont perdu leur sens. Nous sommes donc revenus à deux facteurs avec un modèle qui explique 91,1% de la variance. Les résultats définitifs de l'Alpha de Cronbach et des valeurs de l'inertie sont : ( $\alpha_{F1} = 0,971$ ,  $\alpha_{F2} = 0,969$ ,  $I_{F1} = 0,463$ ,  $I_{F2} = 0,447$ ). La répartition des observations est montrée dans la figure n°1.

A partir du plan factoriel nous remarquons la répartition des observations sur trois nuages de points distincts. Deux nuages de points s'apparentent aux deux facteurs calculés, le troisième est neutre dans le sens où il est quasiment sur l'origine des coordonnées. Ce dernier nuage représente donc les observations non expliquées par le modèle et, comme nous l'avions signalé plutôt, ne peut être identifié par un troisième facteur. Ainsi nous nous concentrons dans notre analyse sur les deux nuages restants. Le tableau résumant les mesures de discrimination des deux facteurs est donné dans l'annexe 1

Figure N°1 : Répartition des observations sur un plan factoriel à deux dimensions



Normalisation principale de la variable.

Source : Répartition réalisée par les auteurs à partir des données GEM Algérie 2013 avec le logiciel SPSS.

Les principales caractéristiques des deux facteurs peuvent être résumées comme suit. Le second facteur explique 44,7% de la variance. Il résume le profil des entrepreneurs naissants, c'est-à-dire des entrepreneurs impliqués activement dans le démarrage d'une entreprise de laquelle ils sont propriétaires ou copropriétaires. Ces derniers ne perçoivent aucun salaire ou revenu de la part de l'entreprise depuis plus de trois mois. Leur profil suppose ce qui suit : c'est un entrepreneur qui lance un produit qui n'est pas nouveau sur un marché perçu comme regorgeant de concurrents avec une technologie vieille de plus de 5 ans. La plupart de ses clients sont des locaux. L'entrepreneur est motivé par la recherche d'une plus grande indépendance en profitant d'une opportunité qu'il a décelée. Il s'installe dans une zone où il coopère, plus au moins, avec les autres



entrepreneurs en matière de production et d'approvisionnement. Il s'oriente principalement vers la branche commerce, de moindre manière vers l'industrie. Ce choix est influencé par sa perception de la demande qui lui paraît, mais est dictée aussi par sa procession d'un métier particulier. Il s'aperçoit que son activité fait face à une grande concurrence.

Le premier facteur explique à son tour 46,3% de la variance. Il résume le profil des entrepreneurs propriétaires-managers, ceux possédant et gérant une entreprise qui leur procure des salaires et revenus depuis au moins trois mois, sans dépasser les quarante-deux mois. Avant de décrire les composantes du premier facteur, signalons que les résultats montrent que les entrepreneurs propriétaires-managers possèdent un double profil. Une partie de ces entrepreneurs, minoritaire, possède le même profil que celui des entrepreneurs naissants. L'autre, majoritaire, suppose un autre profil que nous résumons comme suit.

L'entrepreneur propriétaire-manager est un entrepreneur qui lance un produit qui n'est pas nouveau sur le marché en se basant sur une technologie vieille de plus de 5 ans. Il perçoit un marché composé d'un nombre élevé de concurrents, où la proportion de clients locaux est inférieure à 10%, voire nulle. Cet entrepreneur est motivé par plus d'indépendance tout en profitant d'une opportunité entrevue, même si certains de ces entrepreneurs le font par nécessité pour augmenter leurs revenus. Il s'installe dans une zone caractérisée par la coopération des entrepreneurs en matière de production et d'approvisionnement. Toutefois cette zone n'est pas réputée pour la coopération en matière d'innovation, ce qui dénote d'un cluster plutôt horizontal, faiblement profond. L'entrepreneur-manager investit principalement dans le commerce et les services. Ce choix est motivé d'abord par sa perception du marché, considéré comme recelant une forte demande, et ses compétences dans le métier choisi. Ensuite, la motivation est fondée sur sa procession d'une précédente expérience dans le domaine et la possession de fonds nécessaires pour le lancement de l'activité. En exerçant son métier, il s'aperçoit qu'il fait face à de grands défis liés d'abord à la présence d'une grande concurrence et de la corruption, ensuite au déficit de main d'œuvre qualifiée et la cherté des coûts.

Signalons enfin que l'aversion au risque ne figure pas parmi les caractéristiques des deux profils. A notre avis, cela peut s'expliquer par la méthodologie adoptée par le GEM dans la conception du questionnaire en bloc.

Les variables supplémentaires utilisées dans l'analyse sont non-discriminantes mais ont permis de mieux cerner le profil des entrepreneurs naissants et propriétaires-managers. Sur les 6 variables illustratives retenues, nous avons pu retenir qu'en moyenne les entrepreneurs naissants sont plus jeunes que les entrepreneurs propriétaires-managers, (18-44 ans pour les premiers et 25-54 ans pour les seconds). La variable « sexe » n'est pas discriminante. Nous retrouvons des femmes et des hommes dans les deux profils. En termes de niveau d'instruction, en moyenne il paraît que les entrepreneurs propriétaires-mangers ont un niveau d'instruction un peu plus élevé que celui des entrepreneurs naissants, plutôt deuxième cycle universitaire pour les premiers et premier cycle universitaire pour les seconds. Les entrepreneurs naissants sont principalement célibataires, jamais mariés alors que les entrepreneurs propriétaires-managers sont généralement mariés. Les deux types d'entrepreneurs se rejoignent en termes de nature d'occupation du père et de son statut, les papas sont vivants et des salariés.

#### **4. Discussion des résultats et conclusions**

L'analyse des résultats obtenus nous permet de confirmer la première hypothèse que nous avons formulée, selon laquelle il est possible d'identifier des composantes corrélées du profil de l'entrepreneur algérien. En particulier les entrepreneurs naissants et une partie minoritaire des entrepreneurs propriétaires-managers ont un profil spécifique, tandis que la partie majoritaire des entrepreneurs propriétaires-managers a son propre profil. Néanmoins, l'examen de deux profils montre une grande similitude entre les deux. La différence tient dans quelques détails. Premièrement, le fait que certains entrepreneurs propriétaires-managers, minoritaires, s'orientent vers l'entrepreneuriat par nécessité. Deuxièmement, qu'ils choisissent plus les services comme branche d'activité au lieu de l'industrie derrière le commerce. Troisièmement, qu'ils sont influencés dans la création par plus de facteurs, en particulier la possession d'une précédente expérience et de fonds nécessaires au

démarrage. Quatrièmement, ils rencontrent à priori plus de défis au quotidien s'agissant de la corruption, le déficit des ressources humaines qualifiées et la cherté des coûts.

Vu le faible écart entre les deux profils identifiés, nous supposons l'existence d'un seul profil entrepreneurial en Algérie que nous dénommerons « profil de l'entrepreneur algérien ».

Pour vérifier la deuxième hypothèse, procédons par l'analyse comparative, point par point, des composantes théoriques supposées du tableau 1 et celles obtenus au travers de l'analyse factorielle.

En termes de croyances, l'entrepreneur algérien perçoit le marché comme recelant une forte demande et c'est pour cette raison qu'il se lance dans des produits et services peu sophistiqués en usant de technologies anciennes, en présence d'un fort nombre de concurrents. Autrement dit, il voit le marché national comme vierge où le produit national de substitution au produit importé a toute sa place. Sur ce point il reflète les croyances relatives à une économie drivée par les facteurs. L'entrepreneur algérien perçoit logiquement que les coûts de production sont élevés, ce qui est normal vu le PIB *per capita* de l'Algérie situé dans la fourchette des pays drivée par l'efficacité. Nous pouvons constater aussi qu'il ne croit pas vraiment dans l'export en se focalisant sur le marché national, vu que la part de ses clients étrangers est inférieure à 10% voire nulle. Ce même entrepreneur ne cherchant pas la maîtrise technologique se contente d'utiliser des technologies anciennes importées d'ailleurs. Cela le conduit tout naturellement à privilégier des industries *low-tech* à l'instar de la mécanique, la menuiserie, le textile, la boulangerie etc. Toutefois il se rend compte au quotidien de la présence de grands défis, liés à la forte concurrence des produits importés, le déficit de main d'œuvre qualifiée, la corruption et la cherté des coûts, cela le pousse logiquement vers plus de commerce et de services.

Pour résumer l'aspect croyance, nous pouvons dire que l'entrepreneur algérien est partagé en termes de profil entre économie drivée par les facteurs et économie drivée par l'efficacité. Dans le détail, il paraît plus proche de l'économie drivée par les facteurs.

L'analyse de l'aspect motivation montre que l'entrepreneur algérien est plutôt opportuniste. Il est animé par le désir d'une plus

grande indépendance et non par l'augmentation ou le maintien des revenus. Ce désir d'indépendance est plutôt synonyme d'une discontinuité positive par rapport à leur trajectoire de vie liée aux facteurs situationnels que nous avons décelés dans la partie résultat. Il s'agit de la perception d'une forte demande sur le marché, acquisition d'un métier, savoir ou expérience, et la capitalisation d'un fonds suffisant pour le lancement de l'activité<sup>†</sup>. La logique dans ce cas est évidemment de type pull. Ceci étant, il existe une catégorie minoritaire d'entrepreneurs-managers algériens qui sont dans une logique de type push, poussés par la nécessité afin d'augmenter leurs revenus.

Ce mix entrepreneurs opportunistes et de nécessité indique que le profil de l'entrepreneur algérien, en termes de motivation, est plutôt conforme à celui des économies drivées par l'efficience. Il va même au-delà en s'approchant de la situation des pays à économie drivée par l'innovation, vu que la majorité des entrepreneurs se déclarent être opportunistes.

Les résultats que nous avons obtenus ne permettent point de statuer sur l'aversion du risque comme déterminant du profil entrepreneurial algérien, puisque qu'il ne fait pas partie des composantes des facteurs explicatifs. Comme nous l'avons signalé plus haut, il existe une probabilité que cela soit dû à la méthodologie retenue par le GEM dans la conception du questionnaire. La question liée à l'aversion pour le risque est adressée à toute la population, ce qui pourrait à notre sens fausser les résultats. Toutefois, cela n'exclut point la probabilité que l'aversion pour le risque ne soit pas un déterminant essentiel du profil entrepreneurial, contrairement aux travaux exposés dans le rapport 2015 Forum économique mondial-GEM. C'est pour cette raison que nous avons exclu l'aversion pour le risque dans la suite de l'analyse.

En termes de coopération, le profil de l'entrepreneur algérien montre qu'il coopère activement en matière de production et d'approvisionnement mais pas du tout en matière d'innovation. Par son comportement coopératif, il contribue à la constitution de zones d'agglomération d'activité dans les branches commerce, services et

---

<sup>†</sup> Cet élément s'accorde avec les travaux de Blanchflower and Oswald (1998) qui affirment que le fait de recevoir un héritage ou un don accroît de manière significative la probabilité d'auto-emploi.

industrie *low-tech*. Vu la nature de la coopération et le fait qu'il s'inscrit dans une démarche de production de biens non innovants avec des technologies veilles de plus de cinq ans, il ne peut contribuer qu'à la constitution de clusters horizontaux faiblement profonds, à l'instar de ceux présents dans les économies drivées par les facteurs.

L'activité entrepreneuriale totale au stade précoce en Algérie est de 4,9% (Amoros & Bosma, 2014). Ce taux est faible et correspond à celui des économies drivées par l'innovation. Ce faible taux s'explique à notre avis par le haut niveau des salaires et le comportement opportuniste des entrepreneurs. Comme le montrent De-Vita, Mari, and Poggesi (2014) pour les femmes mariées ayant de jeunes enfants, la nécessité est un fort stimuli pour créer son entreprise. De ce fait, l'attente d'un facteur situationnel, à priori occasionnel donc rare, ralentit de manière palpable l'activité entrepreneuriale.

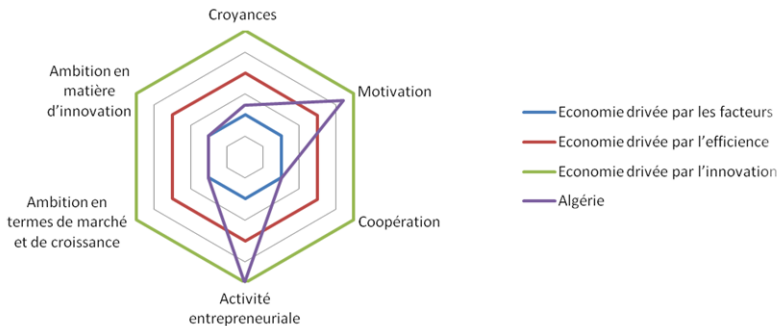
Par rapport à la composante ambition des entrepreneurs algériens en termes de marché et de croissance, il est clair qu'elle est orientée vers marché national se rapprochant de la situation des économies drivées par les facteurs. Comme le montre les résultats obtenus, l'entrepreneur algérien voit la part de sa clientèle étrangère dans le total de la clientèle comme inférieure à 10% voire nulle. Associé à sa perception d'un marché national porteur, son ambition ne va pas au-delà de l'Algérie. La variable reflétant la croissance de l'effectif dans les cinq ans à venir, quant à elle, n'a pas été retenue comme variable explicative des facteurs dans l'analyse de correspondance. Seuls onze entrepreneurs sur l'ensemble envisagent la croissance de leur effectif dans cinq ans. Cela veut dire que plus de 90% des entrepreneurs algériens questionnés n'ont pas la croissance comme vision stratégique. Sur ce point, ils sont plutôt profil pays drivé par les facteurs.

Concernant la dernière composante relative à l'ambition des entrepreneurs algériens en matière d'innovation, elle paraît plutôt faible et, donc, correspond à la situation d'économies drivées par les facteurs. Le profil des entrepreneurs algériens montre clairement que ces derniers orientent leur production vers des produits que les clients considèrent comme ne présentant aucune nouveauté, en utilisant des technologies et procédures vieilles de plus de cinq années. Ce

comportement est cohérent dans la mesure où le marché est considéré comme vierge ne demandant pas d'effort particulier en termes d'innovation. Ainsi l'option de l'orientation stratégique vers l'innovation ne paraît pas une préoccupation majeure pour les entrepreneurs algériens, ce qui les rapproche au profil des pays drivé par les facteurs.

L'analyse comparative réalisée montre une proximité variable des composantes du profil de l'entrepreneur algérien avec celles des profils, correspondants aux différents stades de développement de l'économie. Pour mieux visualiser la situation nous avons opté pour la représentation graphique des résultats sur un graphique de type radar, tel présenté sur la figure n°2.

Figure N°2 : **Analyse comparative des composantes du profil de l'entrepreneur algérien.**



Source : Réalisée par les auteurs avec le logiciel Excel

Chaque axe de la figure n°2 correspond à une composante du tableau n°1. L'échelle correspond à la valeur alphanumérique du tableau selon le stade de développement économique. Ainsi, par exemple, il est attribué la note « 1 » pour « Nécessité » sur l'axe motivation, la note « 2 » pour « Nécessité et opportunité » et « 3 » pour « Opportunité ». L'octogone bleu représente une économie drivée par les facteurs, en rouge par l'efficienne et en vert par l'innovation. L'Algérie y est représentée en violet avec des notes

attribuées selon le type de profil le plus proche par stade de développement. Les écarts sont calculés proportionnellement aux scores obtenus par facteur. La moyenne des écarts est prise lorsqu'il y'en a plusieurs, comme c'est le cas pour la composante croyance des entrepreneurs.

Nous voyons que le profil de l'entrepreneur algérien rejoint celui d'une économie drivée par les facteurs sur trois points : Coopération, Ambition en termes de marché et croissance, Ambition en matière d'innovation. En matière de croyance il se situe entre l'économie drivée par les facteurs et celle drivée par l'efficience tout en étant plus proche de la première. En termes de motivation il se retrouve entre l'économie drivée par l'efficience et celle drivée par l'innovation en étant plus proche de cette dernière. Enfin, par rapport à l'activité entrepreneuriale, le profil de l'entrepreneur algérien rejoint celui d'un entrepreneur d'une économie drivée par l'innovation.

Ainsi, nous pouvons constater que le profil de l'entrepreneur algérien est globalement proche de celui d'un entrepreneur d'une économie drivée par les facteurs. Cependant, il connaît des évolutions qui le font ressembler, sous certains aspects, à des profils d'économie plus développées. Cette évolution nous pousse à conclure que l'économie algérienne est en mutation, vraisemblablement en transition d'une économie drivée par les facteurs à une économie drivée par l'efficience. Cela nous conforte dans notre deuxième hypothèse, selon laquelle le profil entrepreneurial peut jouer le rôle de discriminant en termes de stade de développement.

Ces résultats contrastent avec l'«*esprit du capitalisme*» de Max Weber, dans le sens où les composantes du profil entrepreneurial sont explicatives du niveau de compétitivité d'une économie et non de son niveau de développement. En effet, ces composantes reflètent le niveau de développement. Elles en sont le miroir.

Du point de vue pratique, nous suggérons que l'Etat est en mesure d'influencer positivement la compétitivité de son économie en favorisant l'émergence d'attitudes et d'aspirations qui soient plus en adéquation avec des stades de développement plus avancés. En Algérie cela pourrait se concrétiser, par exemple, à travers des cours spécifiques à l'école, voire à l'université, et de campagnes médiatiques de vulgarisation au profit des (futurs) entrepreneurs.

## Références Bibliographiques

**Acs Z, (2006).** « How is entrepreneurship good for economic growth? Innovations. *Innovations*, 1(1), 97-107.

**Ajzen I, (1991).** « The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.

**Amoros J.E & Bosma N, (2014).** « Global Entrepreneurship Monitor: 2013 Global Report. In Gemconsortium (Ed.), (pp. 104).

**Blanchflower D.G & Oswald A.J, (1998).** « What Makes an Entrepreneur? *Journal of Labor Economics*, 16(1), 26-60.

**Bosma N & Coduras A & Litovsky Y & Seaman J, (2012).** « GEM Manual. A report on the design, data and quality control of the Global Entrepreneurship Monitor gemconsortium (Ed.) (pp. 95). Retrieved from [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org)

**Bosma N & Levie J, (2010).** « Global Entrepreneurship Monitor : 2009 Executive Report. In G. E. R. A. (GERA) (Ed.), (pp. 72): Babson College, Universidad del Desarrollo, Reykjavík University, London Business School.

**De-Vita L & Mari M & Poggesi S, (2014).** « Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidences from the literature. *European Management Journal*, 32, 451-460. doi: 10.1016/j.emj.2013.07.009

**Hessels J & Gelderen M.V & Thurik R, (2008).** « Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers. *Small Business Economics*, 31(3), 323-339. doi: 10. 1007/sl 11 87-008-91 34-x

**Hindle K, (2006).** « A measurement framework for international entrepreneurship policy research: from impossible index to malleable matrix. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 3(2), 139-182.

**Kelley D.J & Brush C.G & Greene, P.G & Litovsky Y, (2011).** « Global Entrepreneurship Monitor. 2010 Report: Women Entrepreneurs Worldwide. In B. College (Ed.), (pp. 56). Babson Park, MA, United States: Babson College.



**Kolvereid L, (1992).** « Growth Aspirations among Norwegian Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 7, 209-222.

**Krueger N.F & Carsrud A.L, (1993).** « Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship and regional development*, 5, 315-330

**Levie J & Autio E, (2008).** « A theoretical grounding and test of the GEM model. *Small Business Economics*, 31(3), 235-263.

**Porter M.E, (1990).** « The competitive Advantage of Nations. *Harvard Business Review*, 68(2), 73-91.

**Porter M.E, (2002).** « Enhancing the Microeconomic Foundations of Prosperity: The Current Competitiveness Index in World Economic Forum, the Global Competitiveness Report 2001–2002 In O. U. Press (Ed.), (pp. 2-26): Oxford.

**Reynolds P.D & Bygrave W.D & Autio E & Cox L.W & Hay M, (2003).** « Global Entrepreneurship Monitor: 2002 Executive Report. In E. M. K. Foundation (Ed.). Kansas City.

**Roberts L.P & Robinson P.B, (2012).** « Home-based Entrepreneurs, Commercial Entrepreneurs and White-collar Workers: A Comparative Study of Attitudes toward Self-esteem, Personal Control and Business Growth. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 23(3), 333-353. doi: 10.1080/08276331.2010.10593489

**Sachs J.D & Warner A, (1995).** « Economic Reform and the Process of Global Integration *Brookings Papers on Economic Activity* (Vol. 1, pp. 118).

**Schwab K, (2009).** « The Global Competitiveness Report 2009–2010. In W. E. Forum (Ed.), (pp. 492). Geneva: World Economic Forum.

**Schwab K & Porter M.E, (2006).** « The Global Competitiveness Report 2006–2007. In P. MACMILLAN (Ed.), (pp. 598). New York: World Economic Forum.

**Annexe 1**

**Le tableau des principales mesures de discrimination des deux facteurs**

Variable	Facteur	
	1	2
Démarrage d'un projet pour son propre compte	0,163	1,627
Proportion des clients qui considèrent le produit de l'entrepreneur naissant comme nouveau	0,144	1,457
Existence de concurrents à l'entrepreneur naissant proposant un produit similaire	0,143	1,440
L'âge des technologies et procédures utilisées dans la production par l'entrepreneur naissant	0,144	1,434
Proportion des clients de l'entrepreneur naissant vivant à l'étranger	0,137	1,382
Création d'une entreprise naissante par opportunité ou nécessité	0,144	1,427
Motivation de l'entrepreneur naissant	0,090	0,905
Coopération des entrepreneurs naissants avec d'autres entreprises dans le domaine de la production	0,132	1,366
Coopération des entrepreneurs naissants avec d'autres entreprises dans le domaine de l'approvisionnement	0,130	1,357
Premier facteur ayant influencé le choix de la branche d'activité de l'entrepreneur naissant	0,066	0,707
Premier grand défi auquel fait face l'entrepreneur naissant dans la gestion quotidienne	0,057	0,644
La branche d'activité de l'entrepreneur naissant	0,149	1,461
Possession d'une entreprise qu'on manage soi-même	0,993	0,721
Proportion des clients qui considèrent le produit de l'entrepreneur-manager comme nouveau propriétaires-managers	1,355	0,064
Existence de concurrents à l'entrepreneur-manager proposant un produit similaire	1,355	0,064
L'âge des technologies et procédures utilisées dans la production par l'entrepreneur-manager	1,206	0,057
Proportion des clients de l'entrepreneur-manager vivant à l'étranger	1,350	0,063
Implication d'un entrepreneur-manager dans l'entreprise par opportunité ou nécessité	1,278	0,061
Motivation de l'entrepreneur-manager	0,835	0,040
Coopération des entrepreneurs-managers avec d'autres		

entreprises dans le domaine de la production	1,349	0,063
Coopération des entrepreneurs naissants avec d'autres entreprises dans le domaine de l'approvisionnement	1,320	0,062
Coopération des entrepreneurs-managers avec d'autres entreprises dans le domaine de l'innovation	1,343	0,063
Premier facteur ayant influencé le choix de la branche d'activité de l'entrepreneur-manager	1,002	0,047
Second facteur ayant influencé le choix de la branche d'activité de l'entrepreneur-manager	0,542	0,026
Premier grand défi auquel fait face l'entrepreneur-manager dans la gestion quotidienne de son entreprise	0,916	0,043
Second grand défi auquel fait face l'entrepreneur-manager dans la gestion quotidienne de son entreprise	0,646	0,030
<hr/> La branche d'activité de l'entrepreneur-manager	<hr/> 1,314	<hr/> 1,080

*Source : Valeurs calculées par les auteurs à partir des données GEM Algérie avec le logiciel SPSS*

