

Lamia Saboun¹, Rosa Aknine²

*Département des sciences sociales-département des sciences économiques, universités de Mouloud Mammeri- université de
Mouloud Mammeri.*

Campus Hasnaoua - B.P. 17 R.P 5000 , Tizi-Ouzou , Algérie

¹lsaboun@yahoo.com

²r_aknine@yahoo.fr

Encastrement Socio-Territorial de L'entrepreneur : Illustration par L'Etude du Profil et les Trajectoires Socioprofessionnelles des Entrepreneurs de la Wilaya de Tizi Ouzou

Résumé— Contrairement à l'approche néoclassique qui considère l'entrepreneur comme étant un acteur rationnel, guidé par la quête du gain et coupé de la réalité sociale, la sociologie économique développe une autre approche de cet acteur et prend en considération d'autres aspects omis par la discipline économique. Face à l'hypothèse de la rationalité et de l'homo-œconomicus de l'approche néoclassique, la sociologie économique développe la thèse de l'encastrement social des faits économiques. Elle considère l'entrepreneur comme un sujet socialement encasté dont les motivations dépassent la réalisation du profit. Cela dit, que les motivations de l'entrepreneur relèvent d'autres finalités (la recherche de la reconnaissance, l'acquisition d'une identité, etc.). Le système de

déclenchement de l'entreprise dépend dans une large mesure de la société et de milieu de vie de l'entrepreneur.

Mot clés— Entrepreneur, sociologie économique, encastrement social, territoire, relations sociales.

Introduction

A partir des années 70, la question de l'entrepreneuriat a commencé à occuper une place importante dans le domaine des sciences économiques et sociales. Chacune de ces disciplines, ont manifesté à travers le temps leur intérêt à étudier et expliquer la figure et le personnage de

l'entrepreneur en utilisant des outils d'analyse qui leur permettent de mieux appréhender le concept. En effet, le phénomène de l'entrepreneuriat est complexe, difficile à traiter et à expliquer en se limitant dans un cadre de discipline précis. Il relève des facteurs divers qui dépassent le champ d'une seule discipline. En s'appuyant sur des approches différentes voir même contradictoires, l'économie et la sociologie essayent d'apporter des éléments de réponse aux questions liées à ce phénomène.

A la différence des approches purement économiques qui considère l'entrepreneur comme étant un acteur rationnel, guidé par la quête du gain et coupé de la réalité sociale, la sociologie économique développe une autre approche de cet acteur et prend en considération d'autres aspects omis par la discipline économique. Face à l'hypothèse de la rationalité et de l'homo-économus de l'approche néoclassique, la sociologie économique développe la thèse de l'encastrement social des faits économiques. Elle considère l'entrepreneur comme un sujet socialement encadré dont les motivations dépassent la réalisation du profit. Cela dit, que les motivations de l'entrepreneur relèvent d'autres finalités à savoir ; la recherche de la reconnaissance, l'acquisition d'une identité, le renforcement de ses liens sociaux, ainsi que le besoin de la sociabilité. Dès lors, on peut avancer que l'acte d'entreprendre peut répondre à d'autres logiques d'action. De plus, l'entrepreneur apparaît comme un acteur qui agit selon les normes de la société et façonné par le milieu local dans lequel émerge et grandit. Ainsi, créer une entreprise est un acte qui est fortement encadré dans les relations et les réseaux sociaux issus des appartenances familiales, communautaires et territoriales.

Notre recherche sera illustrée par une étude empirique qui portera sur les entrepreneurs de la wilaya de Tizi Ouzou. Nous tenterons à chercher quels sont les motifs et les éléments qui poussent et soutiennent les individus à opter pour la carrière d'entrepreneur ? Il s'agit de chercher les facteurs catalyseurs de l'acte d'entreprendre dans la wilaya de Tizi- Ouzou.

I. la sociologie économique : une nouvelle approche des faits économiques

A la confrontation de l'impérialisme de la discipline économique oublieux de certaines structures sociales et de la forte spécialisation des sciences sociales, s'est construite la sociologie économique et puis, s'est reconstruite la nouvelle sociologie économique comme un nouveau champ des analyses sociologiques pour les objets économiques (le marché, l'argent, le commerce, l'entrepreneur...etc.) afin de combler essentiellement les carences de la science économique.

Le point d'opposition principale entre la sociologie économique et l'économie néoclassique c'est l'hypothèse de la rationalité et de l'homo economicus. La sociologie économique rejette cette hypothèse et considère que le comportement de l'individu est influencé par la totalité sociale (contexte socioéconomique), c'est-à-dire, le comportement de l'agent est lié la structure sociale.

Située à l'interface de la sociologie et de l'économie, la nouvelle sociologie économique ne se limite pas uniquement à l'étude des conséquences sociales des mutations économiques, mais elle se définit comme une discipline qui cherche à expliquer les actions économiques à partir des éléments sociologiques, il s'agit « *de penser sociologiquement les faits économiques* » [1].

A la suite des travaux de Granovetter, la notion d'encastrement est devenue centrale dans la nouvelle sociologie économique. Pour rompre avec la conception atomisée de l'action économique (réduite par l'économie néoclassique au concept limitée d'agent rationnel), Granovetter a développé la notion d'encastrement qu'il a emprunté à Polanyi. Pour lui, l'action économique est encadrée dans les réseaux de relations sociales. Il ajoute dans ce sens, que les actions économiques n'existent qu'insérées dans des réseaux de relations personnelles [2]. En se référant aux travaux de Durkheim.E et Zelizer.V, Barber rappelle combien les facteurs sociaux sont importants

dans la formation et le fonctionnement des économies de marché. Ainsi, l'engagement dans chaque action économique n'est possible que sur la base des supports sociaux [3]. La thèse de l'encastrement souligne l'apport des relations personnelles et les réseaux de relations dans le développement de la confiance [4]. Une société basée sur les mécanismes de réciprocité se repose sur des structures symétriques à savoir la famille et les groupes de parenté ce qui renforce l'intensité relationnelle.

L'action économique est encadrée également dans la réalité culturelle. Comme l'a montré Max Weber dans son œuvre « l'éthique protestante et l'esprit capitaliste » [5], le sacré et le religieux peuvent déterminer les comportements des agents économiques et par conséquent guider l'action économique et peuvent aussi, constituer une forme d'intégration sociale.

II. L'entrepreneur, un Sujet Socialement et Territorialement Encadré

La théorie de l'entrepreneur se réfère à deux types d'approches, économique et sociale, pour analyser les caractéristiques, le rôle de l'entrepreneur ainsi que les relations que noue avec son milieu. Le concept d'entrepreneur a pris plusieurs formes, c'est ce qui a conduit les chercheurs sociologues et économistes à élaborer plusieurs approches pour arriver à expliquer la réalité de cet acteur. Le présent article, opte pour l'approche de la socio-économique qui défend la thèse de l'encastrement des entrepreneurs.

L'entrepreneur n'est pas un acteur isolé, atomisé ou coupé de la réalité sociale. C'est un acteur qui agit selon les normes de la société et forgé par le milieu local dans lequel émerge et grandit.

A. L'entrepreneur, un Sujet Imbriqué dans le Réseau de Relations Sociales et Spatiales

Contrairement à ce qui a été avancé par l'approche néoclassique, l'action de l'entrepreneur ne s'arrête pas seulement à la finalité purement stratégique de l'*homo oeconomicus* mais il est motivé par d'autres finalités qui dépassent sa quête du gain. L'acte d'entreprendre relève aussi d'autres logiques qui font de l'entrepreneur un acteur socialement et spatialement situé « Dans tous les cas, la création d'entreprises apparaît comme une activité fortement située, socialement et spatialement, qui ressemble moins à une activité purement stratégique d'optimisation des ressources et des contraintes, qu'à la recherche d'un équilibre précaire en faisant flèche de tout bois » [6].

En effet, l'entrepreneur se définit comme le fruit de sa société. Avant qu'il soit un acteur créateur de la valeur ajoutée ayant son poids dans la vie économique, il est d'abord un individu issu du milieu social. Il est façonné par les normes et les règles de sa société qui le guident dans ses choix et son comportement. Différemment aux approches héroïques de l'entrepreneur (à savoir la théorie schumpétérienne de l'entrepreneur) celui-ci ne peut pas réussir tout seul. Il a toujours besoin d'un milieu favorable pour le lancement de son projet. Créer, développer et réussir une entreprise dépasse les capacités et les caractéristiques intrinsèques de l'entrepreneur. C'est aussi lié à la qualité du milieu dans lequel l'entrepreneur émerge et grandit. De plus, le comportement et les choix de l'entrepreneur sont liés aux particularités du milieu duquel il est historiquement issu.

Créer une entreprise est un acte qui est fortement encadré dans les relations et les réseaux sociaux issus des appartenances familiales, communautaires et territoriales. En phase de démarrage, l'entrepreneur choisit souvent un territoire familier duquel est issu et dans lequel il a noué des relations sociales de proximité (la famille, les amis, les voisins) qui lui permet d'accéder à d'autres ressources nécessaires pour son projet « En choisissant d'entreprendre là où leurs réseaux de relations (professionnels, familiaux,

amicaux) sont les plus denses, les créateurs d'entreprises optimisent les ressources qu'ils peuvent en retirer pour mener à bien leur projet entrepreneurial »[7]. L'entrepreneur se met en constante collaboration avec d'autres personnes et acteurs appartenant à la même tribu. Le partage d'une même identité territoriale et un même référentiel social (constitué de valeurs et de normes) renforce les liens entre les entrepreneurs et les autres acteurs territoriaux.

Cela, instaure également des mécanismes de régulation locale qui pourront, en contrepartie, gérer les situations conflictuelles entre l'ensemble des parties prenantes.

B. L'attachement et le Sentiment d'Appartenance de l'Entrepreneur à son Territoire

Au-delà du comportement rationnel de l'entrepreneur guidé par la maximisation de l'exploitation des ressources locales, le choix de sa localisation est aussi orienté par son sentiment d'appartenance au territoire. Les entrepreneurs ont tendance à s'installer dans l'endroit où ils sont nés et grandi. Une telle analyse dépasse le cadre de l'approche purement économique.

A l'ère de la mondialisation et la chasse aux ressources, le porteur de projet entrepreneurial dans le cas des PME (petite et moyenne entreprise) a tendance à localiser son projet sur un territoire où il dispose d'avantage comparatifs liés à son appartenance et aux réseaux qu'il construit à travers son processus de vie (formation, études, famille, amis), il maintient ainsi son choix dans son milieu de vie. La création de l'entreprise devient un moyen d'implantation locale et un moyen d'éviter le nomadisme professionnel. C'est aussi une manière de garder la capacité à choisir l'endroit où ils vivent [8].

En contrepartie, le sentiment d'appartenance pousse l'entrepreneur à s'engager dans des projet de développement de son territoire « *Poussé à l'extrême, cet attachement au territoire peut amener ces entrepreneurs à percevoir l'acte*

d'entreprendre comme un acte symbolique « identitaire » qui leur permet non seulement d'être assurés de « rester au pays » mais aussi de participer à son développement en créant des richesses et des emplois. » [9]

III. Etude Empirique : L'insertion Sociale et Locale des Entrepreneurs de la Wilaya de Tizi Ouzou

Pour appuyer les idées qu'on a analysées auparavant, nous avons étudié le cas des entrepreneurs de la wilaya de Tizi Ouzou. La wilaya de Tizi Ouzou, capitale régionale de la grande Kabylie, est un territoire réputé par son identité, son histoire et sa culture. Située au nord de l'Algérie et à 100 Km de la capitale Alger, la wilaya de Tizi Ouzou s'étend sur une superficie 2957,93 km², soit 0.13 % du territoire national. Plus de 80 % du territoire de la wilaya est constitué d'espace montagneux escarpé et accidenté, pauvre en terres cultivables et en ressources naturelles [10]. La wilaya de Tizi Ouzou est classée parmi les premières wilayas ayant enregistré le plus grand nombre de petites et moyennes entreprises (PME) au niveau du pays en enregistrant 33981 PME au premier semestre de l'année 2016[11].

Notre étude porte sur les entrepreneurs de cette wilaya en cherchant à identifier leur origine sociale et leur parcours de vie afin de montrer le degré de l'emboîtement social et spatial de ces entrepreneurs. Pour ce faire, nous avons mené une enquête qualitative d'une logique exhaustive sur une dizaine d'entrepreneurs que nous avons interrogés par un entretien.

A. Profils et parcours socioprofessionnels des entrepreneurs de la wilaya de Tizi Ouzou

Dans ce qui suit on peut considérer que l'entrepreneur a une identité propre à lui et une histoire de vie qui le guide dans ses actions et ses choix. Les entretiens nous ont mené à caractériser ces entrepreneurs à travers les points suivant :

1) *Hétérogénéité des Profils des Entrepreneurs* : Les résultats de l'enquête montrent les différentes variables qui caractérisent la population enquêtée. Une population qui est composée d'entrepreneurs ayant des profils différents et hétérogènes.

Les individus interviewés sont constitués d'hommes entrepreneurs et de femmes entrepreneurs. Bien que les hommes soient majoritaires, les femmes sont aussi présentes dans le monde des affaires. Les femmes entrepreneurs enquêtées, contrairement à leurs homologues masculins, activent dans l'artisanat (confection des robes traditionnelle, fabrication des gâteaux). Ce choix s'explique par le fait que ce secteur est à caractère féminin, il permet aux femmes d'assimiler l'activité familiale et l'activité entrepreneuriale dans un même processus. Ce type d'activité ne met pas une cassure totale entre l'action familiale et l'activité entrepreneuriale, surtout dans le cas des femmes mariées, il constitue un espace nœud entre la vie familiale et l'activité professionnelle. Elles sont rares celles qui choisissent d'investir dans des projets à connotation masculine (tels que le secteur bâtiments et travaux publics) car ce type d'activité exige d'elles une présence totale sur le lieu de travail. Les entrepreneurs hommes, par contre, activent dans tout type de projet.

Les entrepreneurs de notre population appartiennent à différentes tranches d'âge (de 23 ans à 64 ans), on compte parmi eux des jeunes et de vieux entrepreneurs. Les jeunes entrepreneurs par leur endurance et avec la mise en place des dispositifs publics d'aide à la création de l'entreprise (L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement, La caisse nationale d'assurance chômage, Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes, Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit, etc.) s'imposent de plus en plus malgré les difficultés qu'ils affrontent. Ils se caractérisent par leur manque d'expérience et faiblesse de leur réseaux « *Au départ, je ne savais pas la quantité exacte que je devais avoir en ingrédients pour la fabrication des gâteaux, et combien de temps que je peux consacrer pour chaque*

commande » nous a confiés une femme entrepreneur de 27 ans, « *d'ailleurs, ce n'est qu'aujourd'hui que j'apprends la possibilité de m'approvisionner en gros et à moindre coûts par rapport aux accessoires des gâteaux* » ajoute-elle.

Par contre, les entrepreneurs les plus âgés apparaissent plus expérimentés et plus murs pour la gestion des affaires. Ils ont accumulé plus de compétences et plus de connaissances personnelles durant leur parcours.

Sur la dizaine d'entrepreneurs enquêtés, les individus mariés présentent deux situations de genre : pour les hommes mariés, la création de l'entreprise est un moyen de subvenir à leur besoin et à ceux de leurs familles. Ils se considèrent comme responsables ayant des objectifs familiaux qui ne les empêchent pas de s'émanciper dans le domaine de l'entrepreneuriat. A contrario, les femmes mariées trouvent leur entreprise comme une tâche de plus dans leur vie quotidienne. Les femmes entrepreneurs sont amenées à réaliser des tâches domestiques à côtés de leur travail et de consacrer plus de temps pour la famille surtout pour celles ayant des enfants « *Je me réveille à 4 heures du matin pour faire quelques tâches ménagères et préparer une de mes deux filles à l'école ... au soir, en revenant du boulot épuisée et sans énergie, je me trouve dans la cuisine préparer le dîner* » a dit une femme entrepreneur de 32 ans. Elle ajoute « *je passe souvent des nuits blanches pour allaiter ma fille et récupérer le temps de mon absence ...on se trouve rarement à quatre dans la journée, et donc je dois rattraper ces moments perdus le soir* ». Le statut de femme mariée semble être inadéquat avec la création de l'entreprise, étant donné que cela exige des horaires de travail et des engagements qui pourront nuire à la vie familiale surtout dans la société kabyle « *Heureusement je ne vie pas avec mes beaux parents sinon j'aurais eu des problèmes à cause de mon travail qui dure des fois jusqu'à 10 heures de soir allant jusqu'à minuit en été.... mais cela ne m'empêche pas de dire que mon mari se plaint toujours de ces heures supplémentaires que je passe dans mon entreprise, surtout avant le mariage....sur le plan moral c'est devenu*

lassant » a avancé une chef d'entreprise de fabrication de gâteaux.

Sur la question de motivation de l'ensemble des entrepreneurs enquêtés, à la différence de l'approche économique qui considère que le premier objectif de l'entrepreneur est la maximisation du profit, les entrepreneurs interviewés ont mis en premier plan l'ascension sociale (la reconnaissance et la réputation sociale) comme élément majeure qui l'ont poussé à opter pour la carrière d'entrepreneur. C'est le souci d'avoir une position au niveau de leur société qu'il les a encouragés à s'engager dans cette carrière. Le deuxième niveau de motivation revient au souci de l'indépendance et de la réalisation de soi. Tandis que le profit, est choisi comme dernier élément parmi les trois choix sélectionnés pour certains entrepreneurs. Certains d'autres, ne l'ont même pas classé parmi leurs motivations. Ce caractère est beaucoup plus prisé par les femmes que par les hommes (les femmes ont beaucoup plus besoin de prouver leur capacité à faire des métiers qu'ils leur sont des fois même interdits). Opter pour la création de l'entreprise est surtout pour elles un moyen de confirmation sociale.

Enfin, la logique sociale est déterminante dans le choix d'entreprendre chez les entrepreneurs étudiés.

2) *Diversité des Trajectoires Socioprofessionnelles des Entrepreneurs* : Les données collectées à travers notre enquête montrent la variété des trajectoires parcourues par les entrepreneurs qui appartiennent à de différentes catégories socioprofessionnelles. La première catégorie sont les ex employés ayant déjà travaillé préalablement dans le même secteur que leur entreprise ce qui améliorent leur capacités professionnelles « une fois que j'ai eu mon diplôme en sciences biologiques et agronomiques, j'ai fait temporairement des vacances dans un centre de formation, puis j'ai travaillé dans une société de production des produits phytosanitaires pendant une année, avant de créer ma propre entreprise de vente des produits phytosanitaires et fourniture pour l'agriculture » a dit un commerçant de 40

ans. Ainsi, l'expérience dans le domaine est une occasion pour améliorer les compétences de l'entrepreneur « après avoir eu mon attestation de styliste, j'ai failli travailler dans 3 ateliers de confection, pour pratiquer ce que j'ai appris théoriquement dans le centre de formation et surtout pour combler mes lacunes dans la confection des nouveaux styles » a raconté une jeune femme entrepreneur de 23 ans. De plus, occuper un poste de travail c'est aussi pour ces ex-employés une manière de se procurer les moyens de financement pour leurs futurs projets « j'ai constitué une somme d'argent par mon salaire que j'ai impliqué dans le financement initial de mon projet » a ajouté la jeune modéliste.

On compte par ailleurs des ex-cadres dans les entreprises publiques et qui ont quitté leur travail à cause des problèmes bien particuliers pour chacun d'entre eux. Cela, a enrichi leur parcours à travers l'expérience qu'ils avaient eu « j'ai commencé à travailler dans une société publique de construction de 1980 jusqu'à 1986 puis, avec la fermeture de l'entreprise je me suis converti vers un bureau d'étude dans lequel j'ai travaillé pendant 8 ans....cela m'a permis de savoir à priori où je mets mes pieds » a prononcé un chef d'entreprise de bâtiment et de travaux publics. En effet, les expériences antérieures des cadres leur permettent de connaître mieux les spécificités du domaine de leur futur projet (disponibilité de la matière première, les sources d'informations, etc.) et encore plus connaître le nombre de la clientèle et le nombre de fournisseurs potentiels. C'était surtout, une occasion pour eux de nouer des relations avec leurs collègues de travail et leurs patrons auxquels peuvent faire recours durant le lancement de leurs projets « J'ai côtoyé des collègues de travail avec lesquels je suis toujours en contacte...ils m'ont aidé financièrement et aussi moralement » a dit le chef d'une entreprise de construction.

La deuxième catégorie est constituée d'individus qui ont vécu une longue période de chômage et qui ont bénéficié, pour certains d'entre eux, des dispositifs d'aide de l'Etat. Ils entrent dans la catégorie d'entrepreneurs créateurs d'emploi.

D'autres entrepreneurs n'avaient pas l'occasion de travailler antérieurement. Ils se sont directement orientés vers la création de l'entreprise bien que certains d'entre eux aient vécu une période de chômage avant le lancement de leur entreprise.

Un des entrepreneurs avait commencé son activité avant même qu'il termine ses études « *c'est pendant mon cursus universitaire que j'avais l'idée de créer mon projet et que j'avais commencé à travailler en ayant 3 ruches d'abeilles* » a déclaré un jeune apiculteur. Même les jeunes étudiants font partie de la catégorie d'entrepreneur.

B. Les Entrepreneurs et leur Entourage : Insertion Sociale et Locale des Entrepreneurs de la Wilaya de Tizi Ouzou

La deuxième question traitée c'est le degré d'encastrement des entrepreneurs enquêtés dans leur milieu social. L'analyse des entretiens que nous avons menés avec les entrepreneurs montre le degré de leur insertion sociale et le rôle primordial des liens sociaux qu'ils ont noués au niveau local pour le lancement de leur projet.

1) Les Entrepreneurs et Leur Milieu de Vie : Parmi les raisons qui ont poussé les entrepreneurs à choisir d'entreprendre dans le territoire de la wilaya de Tizi ouzou, on évoque des motifs qui dépassent la logique stratégique ou économique de la localisation, sachant que la plupart de ces entrepreneurs sont originaires de la wilaya.

Les chefs d'entreprise enquêtés cherchent à se localiser dans leur entourage familial « *je me suis habitué à ce milieu, c'est mon milieu de vie* » a avancé un chef d'usine de construction métallique. Les entrepreneurs ont plus d'avantages à entreprendre dans le milieu qu'ils connaissent le mieux. Certains d'autres eux étaient plus explicites par rapport à leur réponse « *c'est pour travailler à proximité de ma maison et de ma famille, c'est là où je me sens plus en sécurité, entourée de mes voisins et de mes proches* » nous a dit une chef d'atelier de confection. A noter, la proximité à la demeure pour les femmes entrepreneurs est indispensable

qui, contrairement aux hommes, considèrent les déplacements et l'éloignement de la famille un engagement difficile à assumer.

Un des entrepreneurs interrogés est originaire d'une autre wilaya et qui vient installer son commerce au niveau de la wilaya de Tizi Ouzou « *j'ai fait mes études à l'université de Tizi Ouzou. Certes, au départ le territoire m'était peu familier, mais une fois que j'ai terminé les études, j'ai fait des vacances dans un centre de formation qui est au niveau de la wilaya, puis je me suis embauché dans une société qui est aussi de cette région cela m'a permis de côtoyer et de connaître les gens de cette localité surtout après avoir connu ma femme qui est d'ici. Après mon mariage et après avoir lancé mon activité je m'y suis installé définitivement* » a raconté le jeune commerçant.

2) Relations Sociales et Création de l'Entreprise : Lors de lancement de l'entreprise, l'entrepreneur passe par des moments très délicats. Il recourt essentiellement aux membres de sa localité (la famille, les amis, les voisins). Les entrepreneurs de la wilaya de Tizi Ouzou n'échappent pas à cette logique. Les entretiens effectués avec les créateurs d'entreprise révèlent le rôle qu'ont joué les relations sociales au début de l'activité. Les entrepreneurs interrogés bénéficient d'un soutien matériel et immatériel de leur milieu social à travers les liens fort qu'ils y nouent.

Pour la plupart de ces chefs d'entreprise la famille constitue la première source d'aide et d'appui « *sans ma famille, je n'aurai pas fait ce que je fais aujourd'hui* » a livré une jeune femme entrepreneur. La famille a été une source de financement pour ces créateurs « *le départ était trop difficile, j'avais des charges à payer, je devais payer à l'avance 6 mois de location, les assurances, les impôts, aménager le local ... et c'était avec l'aide de mon père que j'ai pu surmonter ce problème* » a confié une chef d'atelier. Pour certains entrepreneurs le financement de la famille constitue la totalité du fond initial « *c'est avec l'argent de mon père et de mes frères que j'ai lancé mon activité et que j'ai acheté*

tous les équipements nécessaires» a dit une chef d'entreprise de fabrication de gâteaux moderne.

L'aide que porté la famille pour les entrepreneurs est multiple et elle ne se limite pas uniquement au financement. Elle se manifeste aussi dans le soutien moral et l'encouragement « *je suis passée par des moments très difficiles au point où j'ai décidé d'arrêter mon activité, c'était mon frère qui me remontait le moral et qui m'encourageait par ses conseils en me disant toujours qu'au début de chaque activité les durs moments est une étape obligatoire à franchir* » a ajouté la jeune femme.

Le rôle des membres de la famille se manifeste aussi par leur intermédiation en impliquant leurs relations personnelles pour porter de l'aide aux entrepreneurs « *c'est suite à l'intervention de mon oncle que j'ai pu avoir au niveau de l'ANSEG un camion au moment voulu* » a dit le chef des projet de construction. Avoir des relations au niveau des administrions pourra diminuer les coûts de transactions générés par la lourdeur des démarches administratives.

A côté de l'aide familiale, les entrepreneurs mobilisent les relations amicales et de voisinage « *dans le secteur de bâtiment on souffre toujours de manque de liquidité, moi je fais souvent recours à mes amis* » a dit le chef des projets de construction. De plus, les amis peuvent procurer une main d'œuvre gratuite, c'est le cas de cet entrepreneur qui a mobilisé ses amis voisins pour assurer l'aménagement de son local avant le démarrage de sa salle de sport « *tout ce que vous voyez ici comme peinture, glaces, déco, etc. je l'ai fait avec l'aide quasiment gratuite de mes amis* » dit-il. C'est aussi le cas de cette femme entrepreneur qui demande l'aide de ses amies en cas de besoin « *En été, le nombre de clients augmente et moi je n'arrive pas à assurer toutes les commandes toute seule, j'ai deux amies qui m'accompagnent durant cette saison sans contrepartie* » nous dit elle.

A noter, que derrière chaque relation entretenue entre un sujet et autre, la confiance semble être cruciale pour maintenir et cimenter les rapports. Ce sont les

rapprochements et la proximité spatiale entre les individus qui nourrissent cette confiance et qui rendent la crédibilité et l'honnêteté dans les engagements une assurance pour chaque partie. C'est pour cela, les entrepreneurs de cette wilaya ont sollicité prioritairement dans les premiers pas de leur aventure les gens de leur milieu de vie (famille, amis et voisins).

Toutefois, il ya lieu de signaler que les chefs d'entreprise sont aussi ouverts sur leur milieu extérieur. Les entrepreneurs de la wilaya de Tizi Ouzou montrent leur intérêt à mobiliser d'autres relations qui sortent de leur territoire d'origine, d'autant plus pour ceux qui anticipent le développement de leur activité.

Conclusion

A la lumière de ce que nous avons développé dans le présent travail, nous pouvons conclure que l'acte d'entreprendre relèvent d'autres logiques et explications autres que celles avancées et approuvées par les approches purement économiques. L'enquête effectuée sur les entrepreneurs de la wilaya de Tizi Ouzou montre que le créateur de l'entreprise est un sujet fortement inséré et situé au niveau de la société locale. Lors de lancement de leur entreprise, les entrepreneurs s'appuient sur l'ensemble des relations construites tout au long de son itinéraire de vie et principalement celles qu'il a tissées et construites au niveau de sa localité.

Cependant, l'entrepreneur est aussi ouvert sur d'autres territoires. C'est un acteur qui n'est pas enfermé dans un seul espace sans voir loin et aller au delà des limites de son milieu de vie. En effet, la pérennité de l'entreprise et surtout son développement exigent une extension de sa taille, de ses moyens et aussi elles implorent de nouvelles relations qui dépassent le champ d'un seul territoire.

Références

[1] M. Madoui, *Entreprises et Entrepreneurs en Algérie et dans l'Immigration. Un essai de sociologie économique*, Karthala Ed. Paris, France, 2012.

- [2] M. Granovetter, « La sociologie économique des entreprises et des entrepreneurs (traduction d'Ashveen Peerbaye et Pierre-Paul Zalió) », *Terrains & travaux*, vol. 4, n° 1, pp. 167-206. 2003.
- [3] R. Le Velly, « Le problème du désencastrement » *Revue du MAUSS*, n° 29, pp. 24-25, 2007.
- [4] M. Madoui, *Entreprises et Entrepreneurs en Algérie et dans l'Immigration. Un essai de sociologie économique*. Op.Cit.
- [5] M. Weber, « *L'Ethique protestante et l'esprit du capitalisme suivi d'autres essais* », trad. par J.-P. Grossein. Gallimar, Paris, 2003.
- [6] M. Grossetti, « Logiques sociales et spatiales de la création d'entreprises innovantes », *Géographie, économie, société.*, Vol. 10, pp. 5-7. 2007.
- [7] F.Reix, « L'ancrage territorial des créateurs d'entreprises aquitains : entre encastrement relationnel et attachement symbolique », *Revue Géographie, économie, société*, Vol.10, pp. 37. 2007.
- [8] *Idid.*,
- [9] *Ibid.*
- [10] S. Doumane, « Tizi-Ouzou : historique d'un col et son urbanisation » [en ligne]. *Revue Insaniyat*, vol 54 pp. 13-29, 2011, Disponible sur : <http://insaniyat.revues.org/13001> (consulté le 11/12/2016).
- [11] Ministère de l'industrie et des mines, « Bulletin d'information statistique : données du 1 er semestre 2016 », Edition novembre 2016.