

**MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE**

ÉCOLE NATIONALE SUPÉRIEURE DE MANAGEMENT

ENSM. P.U. KOLÉA



Mémoire de Master Management des organisations

**L'Entrepreneuriat touristique : Défis et Contraintes
Cas : Entrepreneurs touristiques de la Wilaya de Béjaia**

Présenté par : SAADI Yanis

Encadré par : Dr. ZELLAL Ahlem

Juin 2018

Résumé

Le marché du tourisme étant en pleine croissance, l'entrepreneuriat touristique semble être l'opportunité parfaite à saisir pour la création de richesses. Cependant, en Algérie cette opportunité reste faiblement exploitée pour des raisons injustifiables, dans ce travail académique nous allons tenter d'expliquer l'importance de l'entrepreneuriat touristique, et son apport pour l'économie nationale, mais plus important les contraintes que nous pouvons rencontrer au moment d'entreprendre dans le tourisme en Algérie.

Mots clés : Entrepreneuriat, tourisme, économie, entreprise, idée, motivation, contraintes, juridique, administratif, finance.

Abstract

As the tourism market is growing, tourism entrepreneurship seems to be the perfect opportunity to seize for the creation of wealth. However, in Algeria this opportunity remains poorly exploited for no apparent reasons, in this academic work we will try to explain the importance of tourism entrepreneurship, and its contribution to the national economy, but more important the constraints that we may encounter when starting business in the Algerian tourism market.

Key words: Entrepreneurship, tourism, economy, business, idea, motivation, constraints, legal, administrative, finance.

ملخص

مع النمو الذي يعرفه السوق السياحي، تمثل المقاولاتية السياحية فرصة ومجالاً مثالياً لخلق الثروة، ومع ذلك، في الجزائر لا تزال هاته الفرصة غير مستغلة بشكل جيد لأسباب غير مبررة. في هذا العمل الأكاديمي سنحاول تفسير أهمية المقاولاتية السياحية، ومساهمتها في الاقتصاد الوطني، والأهم كذلك هو تحديد العراقيل التي يمكن مواجهتها للاستثمار في القطاع السياحي في الجزائر.

كلمات المفتاح : مقاولاتية، السياحة، اقتصاد، مؤسسة، فكرة، تحفيز، عراقيل، قانونية، إدارية، مالية



REMERCIEMENT



Nos pensées vont à ALLAH Soubhanou Wa Ta Aala

Nous terons à remercier vivement notre encadeur Dr.ZELLAL Ahlem, pour sa gentillesse, sa disponibilité et sa contribution générale à l'élaboration de ce travail

Sans oublier notre tuteur Mr. KACIMI Riyad ainsi que Mr. AIR CHERIF Mouloud qui n'ont aménagé aucun effort ainsi qui nous ont pris sous leurs ailes pour en arriver à cet achèvement

Nous remercions nos parents qui nous ont toujours soutenue et qui ont fait tout leur possible pour nous aider et sans qui nous ne serions pas là aujourd'hui

Nous tenons aussi à remercier Mr.BOUDALI Mohammed et Mr.SLIMANI Omar Farouk qui étaient toujours à nos côtés tout au long de notre travail

Nous remercions aussi nos camarades MDO, ainsi que

| Dadou | Yacine | Mustafa | Abdelghani | Katia | Biza | Amine | Sami | Nadjet |
Younes Chalabi

Nous tenons aussi à exprimer notre gratitude à l'ensemble des professeurs qui ont accompagné notre parcours au sein de cet établissement

Nous remercions également les membres du jury qui nous ont fait l'honneur d'examiner notre travail

Enfin nous terons à saluer toute personne ayant contribué à l'accomplissement de ce modeste travail



Sommaire

Introduction	A-C
Chapitre 1 : Cadre conceptuel et revue de littérature.....	05-31
Section 1 : Revue de littérature.....	05
Section 2 : Généralité sur l'entrepreneuriat et le tourisme.....	08
Section 3 : Les étapes de création d'une entreprise touristique en Algérie.....	21
Chapitre 2 : Méthodologie et contexte de la recherche.....	33-45
Section 1 : Méthodologie de la recherche.....	33
Section 2 : Présentation de l'entreprise d'accueil.....	41
Chapitre 3 : Présentation et discussion des résultats.....	47-73
Section 1 : Présentation des résultats de l'étude qualitative.....	47
Section 2 : Mise en relation des résultats obtenus et suggestions.....	64
Conclusion	75-76

LISTE DES TABLEAUX

Tableau N°1 : Caractéristiques psychologiques des entrepreneurs.....	12
Tableau N°2 : Les établissements hôteliers selon la législation algérienne.....	17
Tableau N°3 : Les différentes formes juridiques en Algérie	25
Tableau N°4 : Explication de raisonnement inductif et déductif.....	36
Tableau N°5 : Profils des entrepreneurs que nous avons interviewés pendant notre enquête..	48
Tableau N°6 : tableau récapitulatif de la motivation de chaque entrepreneur durant notre entretien avec eux.....	53
Tableau N°7 : tableau récapitulatif expliquant la méthode de financement effectuée les entrepreneurs interviewés.....	58
Tableau N°8 : Tableau récapitulatif des résultats obtenus.....	59
Tableau N°9 : Profil des professionnels du tourisme interviewé.....	60
Tableau N°10 : Tableau récapitulatif des résultats obtenus.....	64
Tableau N°11 : Comparaison entre le taux de participation d'une banque algérienne et étrangère dans le cas d'achat d'un hôtel de 275 milliards de DA.....	71

LISTE DES FIGURES

Figure N°1 : Représentation des quatre paradigmes de l'entrepreneuriat et de leurs liens.....	10
Figure N°2 : Les étapes d'élaboration d'une étude de marché.....	22
Figure N°3 : Les étapes de création d'entreprise.....	23
Figure N°4 : Explication de la démarche inductive.....	35
Figure N°5 : Raisonnement inductif/raisonnement déductif.....	36
Figure N°6 : Organigramme de la direction du tourisme et de l'artisanat – Béjaia.....	43
Figure N°7 : Le continuum de l'autodétermination montrant les types de motivation.....	53
Figure N°8 : Les contraintes rencontrées par les entrepreneurs au moment d'investir dans le tourisme.....	65
Figure N°9 : Synthèse sur les contraintes rencontrées lors des investissements touristiques....	72

LISTE DES ABREVIATION, SIGLES ET ACRONYMES

- **A.N.D.I** : Agence Nationale de Développement de l'Investissement
- **A.N.G.E..M** : Agence Nationale de Gestion du Micro-Crédit
- **A.N.S.E.J** : Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes
- **A.P.W** : Assemblée Populaire de Wilaya
- **A.V.T** : Agence de Voyages et du Tourisme
- **B.N.A** : Banque Nationale Algérienne
- **B.O.A.L** : Bulletin Officiel des Annonces Légales
- **C.A.L.P.I.R.E.F** : Agence Nationale d'Intermédiation et de Régulation Foncière
- **C.A.S.N.O.S** : Caisse Nationale de Sécurité Sociale des Non-Salariés
- **C.D.I** : Centre Des Impôts
- **C.N.R.C** : Centre National du Registre de Commerce
- **C.R** : Contraintes rencontrées
- **D.T.A** : Direction du Tourisme et de l'Artisanat
- **E.H.E.C** : Ecole des Hautes Etudes Commerciales
- **E.N.S.M** : Ecole Nationale Supérieure de Management
- **E.U.R.L** : Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée
- **F.G.A.R** : Fonds de Garantie des Crédits aux Petites et Moyennes Entreprises
- **O.M.T** : Organisation Mondiale du Tourisme
- **O.N.A.T** : Office National Algérien du Tourisme
- **P.I.B** : Produit Intérieur Brut
- **P.M.E** : Petite et Moyenne Entreprise
- **S.A.R.L** : Société à Responsabilité Limitée
- **S.C.S** : Société en Commandité Simple
- **S.N.C** : Société en Nom collectif
- **S.P.A** : Société Par Action
- **T.C.A** : Touring Club d'Algérie
- **Z.E.T** : Zone d'Expansion touristiques



Introduction générale



Introduction générale

Le tourisme est une activité ancienne, qui a pris au XXe siècle une dimension planétaire. Il constitue désormais un secteur économique fondamental dans de nombreux pays développés comme dans des pays en développement, qui en font un facteur essentiel de leur développement. D'après l'O.M.T. les voyages internationaux se situent à la troisième place dans le classement des « GRANDS » secteurs du commerce mondial. Le chiffre d'affaires du tourisme n'est précédé que par ceux des industries de pétrole et de l'automobile. Mais aujourd'hui le tourisme représente la première industrie de service dans le monde. Bref, c'est l'or blanc du troisième millénaire. Il favorise l'ouverture des grands chantiers d'avenir d'une nation, malheureusement en Algérie il reste toujours comme un plan B au niveau de l'économie nationale contrairement aux pays voisins, malgré la chute des prix de pétrole et la crise économique.

« Si l'Algérie s'ouvre au tourisme, ce sera une bonne chose pour ce pays, ayant visité pratiquement tous les pays du monde je peux affirmer que l'Algérie est le plus beau pays que j'ai eu à visiter. » Yann ARTHUS BERTRAND

Un fort potentiel touristique, des paysages naturels de toutes les couleurs, l'Algérie répond à toutes les conditions nécessaires pour devenir un pays touristique important concurrençant le podium de l'Afrique.

Malheureusement, en Algérie, le manque d'infrastructures touristiques contraint de nombreux vacanciers à venir passer leurs vacances en Algérie, ce manque d'infrastructure se traduit par un manque de concurrence qui cause la hausse des prix de nuitée dans les établissements touristiques.

Cette faible capacité hôtelière constitue un obstacle majeur au développement du secteur depuis longtemps, pour assurer le développement de ce dernier, l'entrepreneuriat serait ainsi la solution tant attendue.

L'entrepreneuriat étant un moteur essentiel pour l'économie et pour l'emploi. L'Algérie devrait encourager et développer l'esprit et la culture entrepreneuriale chez les générations actuelles et les générations à venir.

Selon le journal électronique *algerie-eco.com* « *les investissements devraient stimuler la croissance du secteur touristique Algérien, à l'heure où le pays cherche à doper son nombre de visiteurs dans le cadre d'une stratégie globale de diversification de son économie* ».

De 120 000 PME en 1992, l'Algérie a atteint aujourd'hui plus de 1 060 289 PME (30/06/2017), reconnaissant l'existence de difficultés. AMMOURI Brahiti estime qu'il est temps « de poser le problème de l'éducation dans le secondaire et l'enseignement supérieur afin d'avoir des compétences nécessaires pour développer l'économie nationale ».

Intervenant à l'ouverture des travaux de la semaine mondiale de l'entrepreneuriat à l'école nationale supérieure d'hôtellerie de Ain El Benian, Le ministre de la formation et de l'enseignement professionnels, Mohamed MEBARKI a appelé les pouvoirs publics et privés à accompagner les jeunes promoteurs diplômés des universités et instituts de formation pour les aider à concrétiser leurs projets, en leur garantissant toutes les facilités et moyens nécessaires.

C'est pour cela que nous avons voulu traiter un thème sur l'entrepreneuriat, afin d'expliquer aux jeunes entrepreneurs qui souhaitent exercer dans le secteur du tourisme, les points essentiels et l'importance de ce dernier dans le développement de leur économie et de l'économie de pays.

Question de recherche :

Cependant à travers notre étude nous tenterons d'apporter des réponses à la problématique suivante :

« Quelles sont les principales contraintes que peuvent rencontrer les entrepreneurs qui souhaitent exercer dans le secteur du tourisme ? »

De cette problématique, découlent les questions suivantes :

1. Une idée innovante et la motivation sont-elles capitales pour le développement d'un projet entrepreneurial ?
2. L'aspect juridique et administratif facilite-t-il la tâche aux entrepreneurs ?
3. L'Algérie propose-t-elle une aide au financement et l'accompagnement nécessaire pour aider et encourager ces entrepreneurs dans leur activité ?

Pour répondre à cette problématique, et aux questions, nous avons opté pour la Direction du Tourisme et de l'Artisanat de la wilaya de Béjaïa, plus exactement le service investissement, nous avons cherché, à travers notre stage pratique à comprendre la situation de l'entrepreneuriat

dans le secteur de tourisme de la wilaya, et quelles sont les principales contraintes que nos entrepreneurs rencontrent.

Pour bien mener notre étude, nous avons structuré notre travail en trois chapitres :

- Le premier chapitre a pour objectif de définir le cadre de notre recherche. Qui comporte trois sections. D'abord, l'élaboration d'un cadre conceptuel à partir d'une revue de littérature portant sur l'entrepreneuriat, puis, des généralités sur l'entrepreneuriat et le tourisme, enfin, une dernière section réservée aux étapes de création d'un établissement touristique.
- Dans le deuxième chapitre, nous allons aborder le cadre méthodologique et le contexte de recherche. Il est scindé en deux sections ; la première est consacrée à la méthodologie de recherche, tandis que la seconde, est réservée à la présentation générale de l'entreprise d'accueil « DTA-Béjaia ».
- Pour ce dernier chapitre, il est composé de deux sections, la première section est consacrée à la présentation des résultats de l'enquête suivit de l'analyse des données, et nous terminerons par des suggestions et recommandations.



Chapitre 1

Cadre conceptuel et revue de littérature



Ce chapitre vise à éclaircir le contexte de notre travail de recherche. Nous allons essayer d'expliquer notre étude afin de bien définir l'objet de notre recherche soit l'entrepreneuriat dans le secteur du tourisme et les difficultés rencontrées. Nous commençons donc notre première section par l'élaboration d'une revue de littérature portant sur l'entrepreneuriat, ensuite, des généralités sur l'entrepreneuriat et le tourisme histoire de définir notre champ d'intervention. Enfin, nous allons terminer avec les étapes de création d'une entreprise touristique.

Section 1 : Revue de littérature

Toute bonne recherche d'informations commence par bien définir son besoin d'information. Pour bien constituer la base de notre étude, nous avons besoin d'identifier les différents concepts et théories de cette dernière, c'est ainsi que la revue de littérature intervient et joue un rôle important. Afin d'élaborer notre revue de littérature, nous avons analysé plusieurs ouvrages et articles, traitant la même problématique l'entrepreneuriat et ses difficultés.

Notre revue de littérature va cerner plusieurs points. D'abord nous allons commencer à faire le tour de l'entrepreneuriat pour bien le comprendre, ainsi que les caractéristiques des entrepreneurs, et plusieurs autres termes qui sont en relation avec l'entrepreneuriat, pour cela nous avons étudié une dizaine de livres qui traitent le sujet.

Un sujet qui était largement étudié et abordé par plusieurs auteurs, tel que :

- JANSSEN Franc avec son ouvrage « *entreprendre, une introduction à l'entrepreneuriat* » 2^{ème} édition, 2016 ;
- Catherine LEGER-JARNIO, « *le grand livre de l'entrepreneuriat* », 2013 ;
- FAYOLLE Alaine, dans l'ouvrage « *L'art de l'entrepreneuriat* » ou encore « *entreprendre, apprendre à entreprendre* », 2012 ;
- BERGERAULT François et BERGERLAUT Nicolas avec leur ouvrage « *de l'idée à la création de l'entreprise : comment concrétiser votre projet* », 2014 ;
- COSTER Michel dans son livre « *L'entrepreneuriat* », 2009 ;
- L'ouvrage de contact d'entreprise « *création des entreprises : les clés pour réussir* » 2008 ;
- Olivier MAGNAN dans « *Les règles d'or pour réussir le financement de votre entreprise* », 2011 ;
- Frédéric PARRAT, « *Reprise et transmission de l'entreprise, aspects stratégiques, juridiques et fiscaux* », 2010.

Il existe aussi d'autres auteurs qui ont réalisé des articles dans des revues scientifiques très intéressantes, par exemple :

- VERSTREATE Thierry, dans la revue de l'entrepreneuriat « *Paradigme et entrepreneuriat* » ;
- PERSQUEUX, Yvon, « *entreprendre, entrepreneuriat, (et entreprise) de quoi s'agit-il ?* », dans HAL.

Par la suite, notre attention est tournée vers le tourisme, pour expliquer mieux le champ de notre recherche, là aussi nous avons fait le tour de plusieurs articles et ouvrages :

- Jérémy BOER avec « *Le tourisme : Un moteur de l'économie mondiale* », 2016 ;
- LEXITOUR « *Les 1700 mots des métiers du tourisme* », 2002 ;
- SERGE Ribault avec son ouvrage « *Géographie du tourisme* », 2008.

Pour mieux cerner notre sujet et avoir des données fiables nous avons fait appel à plusieurs textes juridiques et statistique officiel :

- Décret exécutif n°2000-130 du 8 Rabia El Aouel 1421 Correspondant au 11 Juin 2000 fixant *les normes et les conditions de classement en catégories des établissements hôteliers*. Tiré du journal officiel n°35 ;
- Décret exécutif n°2000-46 du 25 Dho El Kaada 1420 Correspondant au 01 Mars 2000 définissant *les établissements hôteliers et fixant leur organisation, leur fonctionnement ainsi que les modalités de leur exploitation* ;
- Loi n° 99-01 du 19 Ramadhan 1419 correspondant au 6 janvier 1999 fixant *les règles relatives à l'hôtellerie* ;
- Loi n° 99-06 du 18 Dhou El Hidja 1419 Correspondant au 4 avril 1999 fixant les règles régissant *l'activité de l'agence de tourisme et de voyages*, p.10.
- Office national des statistiques – *annuaire statistique de l'Algérie – Résultats 2010-2014 (Chapitre tourisme)*.

Et afin de suivre une méthodologie correcte et construire un travail de qualité, nous avons consulté plusieurs ouvrages traitant le sujet :

- J.M. DEKETELE et. Xavier ROEGIERS 1980 « *Méthode de recueil d'information* », 1980 ;
- Miles, M. B. « *Qualitative data as an Attractive Nuisance: The problem of analysis. Administrative Science Quarterly* », 1979 ;

- Mouchot, C. « *Méthodologie économique* », 2003 ;
- Thietart, R.-A. Dans « *Méthodes de recherches en management* », 2007 ;
- YIN, R.K dans son ouvrage « *Case study research : Design and methods* », 1984.

Ainsi nous pourrions dire que notre revue de littérature est conçue par une panoplie d'articles et ouvrages qui nous ont aidé à rédiger notre travail.

Section 2 : Généralités sur l'entrepreneuriat et le tourisme

Cette section renvoie des généralités sur l'entrepreneuriat et le tourisme, ainsi que l'ensemble de la terminologie reliées à ce concept, afin de cerner notre champ de recherche.

1- Entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat est un phénomène hétérogène dont les manifestations sont multiples. D'ailleurs il n'existe pas vraiment une définition univoque de l'entrepreneuriat, les chercheurs en entrepreneuriat sont assimilés aux aveugles de la fable Hindoue « *L'éléphant et les six aveugles*¹ », puisqu'ils sont incapables de voir le phénomène entrepreneurial dans toute sa totalité.

Cependant selon le **DR. Yvon PESQUEUX** (2011), l'entrepreneuriat peut se définir comme « *une activité impliquant la découverte, l'évaluation et l'exploitation d'opportunités, dans le but d'introduire de nouveaux biens et services, de nouvelles structures d'organisation, de nouveaux marchés, processus, et matériaux, par des moyens qui, éventuellement, n'existaient pas auparavant. De façon empirique, on peut le définir comme une activité liée à la formation de nouvelles entreprises et au Self-Employment (être autonome, travailler pour soi-même)* ».

L'entrepreneuriat repose sur les postulats suivants :

- Il requiert l'existence d'opportunités ;
- Le rapport au risque (l'entrepreneur est risquophile) ;
- C'est un processus qui tresse des rapports avec des activités d'innovation et d'organisation.

1-1- Définition de l'entrepreneuriat

Pour **FAYOLLE** et **VERSTREATE** (2005) les définitions proposées par les auteurs de l'entrepreneuriat peuvent se différencier selon quatre paradigmes.

1-1-1- Paradigme de l'opportunité d'affaire

Les auteurs appartenant à ce courant de pensée définissent l'entrepreneuriat « *comme une recherche et de détection d'éventuelle opportunité d'affaire qui est souvent associée à l'aspect financier et commercial, mais ils précisent aussi, qu'il ne faudrait pas croire que*

¹ Faible indienne sur l'intelligence collective, l'éléphant et les six aveugles. Les six aveugles n'avaient aucune idée de ce qu'était un éléphant. Ils décidèrent de le toucher. Chacun formula une définition qui correspondait à la partie qu'il avait pu toucher.

l'opportunité est le point de départ, l'élément objectif à partir duquel le processus entrepreneurial est déclenché. Pour Nystrom (1995), l'entrepreneuriat est une projection de la réalisation de nouvelles idées par des individus aptes à utiliser l'information et à mobiliser les ressources nécessaires à la mise en œuvre de leurs visions ».

1-1-2- Paradigme de la création d'une organisation

« An entrepreneur is someone who perceives an opportunity and creates an organization to pursue it »² **BYGRAVE Hofer** (1994).

VERSTREATE (2003) définit ici, l'entrepreneuriat « comme étant un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion. Les auteurs donnent une relation symbiotique entre entrepreneur et organisation, autrement dit, ils admettent que la relation liant l'entrepreneur (ou entrepreneurs) et l'organisation créée est un aspect propre au domaine de l'entrepreneuriat ».

1-1-2- Paradigme de la création de valeur

« entrepreneurship is the dynamic process of creating incremental wealth. This wealth is created by individuals who assume the major risks in term of equity, time, and/or career commitment of providing value for some product or service. The product or service itself may or may not be new or unique but value must somehow be infused by the entrepreneur by securing and allocating the necessary skills and resources.»³ **RONSTAD** (1984)

L'entrepreneuriat est souvent considéré comme apporteur de richesse et d'emploi pour la nation, disons globalement de valeur. Pour **GARTNER** la création de valeur a été empiriquement identifiée comme un thème situé au cœur de l'entrepreneuriat, c'est-à-dire que c'est deux notions sont difficilement dissociable.

² Traduction française « Un entrepreneur est une personne qui sait percevoir une opportunité et crée une organisation pour la poursuivre (l'opportunité) »

³ Traduction française : « L'entrepreneuriat est un processus dynamique de création de valeurs supplémentaires, ces valeurs sont créées par des individus qui assument les risques majeurs en terme d'équité, temps, et/ou s'engager à fournir de la valeur à certains produits ou services, le produit ou service lui-même peut être nouveau ou unique, mais la valeur doit être en quelque sorte infusée par l'entrepreneur par l'obtention ou l'allocation des ressources et compétences nécessaires ».

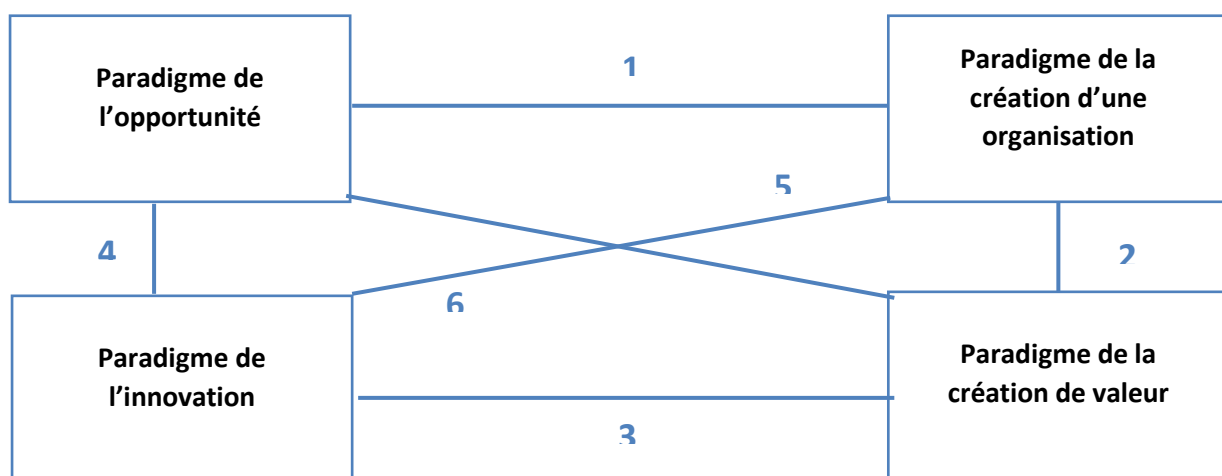
1-1-3- Paradigme de l'innovation :

« *Innovation is the specific instrument of entrepreneurship*⁴ » **DRUCKER** (1985).

Pour **BRAZEAL** et **HERBERT** (1999) Cette phrase témoigne éloquentement que l'entrepreneuriat et l'innovation sont intimement liés puisque la créativité est parfois considérée comme la genèse de l'entrepreneuriat.

Pour mieux comprendre l'entrepreneuriat selon ces paradigmes, nous mettons en évidence six liens pouvant être résumés de la façon suivante :

Figure N°1 : Représentation des quatre paradigmes de l'entrepreneuriat et de leurs liens



Source : « Paradigmes et entrepreneuriat » (2005.). La revue de l'entrepreneuriat, no°1, Vol4

- **Lien 1** : Il faut s'organiser pour pouvoir exploiter une opportunité d'affaire ;
- **Lien 2** : Sans une valeur ajoutée l'organisation ne pourra pas exister durablement, l'auteur explique que, sans fournir à ses parties prenantes de la valeur qu'elles attendent l'entrepreneur risque son statut par rapport à cette organisation-là, et sa sera difficile pour l'organisation de fonctionner correctement sans les ressources nécessaires ;
- **Lien 3** : Selon l'auteur, si la valeur apportée est importante, c'est souvent à cause d'une innovation, qu'elle soit organisationnelle, technique ou commerciale ;
- **Lien 4** : Pour l'auteur, la construction de l'opportunité se fait par l'innovation mise sur le marché, à la fourniture d'un nouveau produit ou service ;

⁴ Traduction française : « *L'innovation est le fondement de l'entrepreneuriat* ».

- **Lien 5** : Si nous avons une innovation, c'est-à-dire nous avons une opportunité d'affaire, et pour les exploiter, nous devons créer notre organisation ;
- **Lien 6** : Nous pouvons considérer qu'une opportunité devrait être exploitée, seulement si celle-ci est perçue comme susceptible de dégager de la valeur.

FAYOLLE et **VERSTREATE** (2005), en prenant compte de ces quatre paradigmes et lien qui les unissent, arrive à définir l'entrepreneuriat comme suit : « *Initiative portée par un individu (ou plusieurs individus s'associant pour l'occasion) construisant ou saisissant une opportunité d'affaire (du moins ce qui est apprécié ou évalué comme tel), dont le profit n'est pas forcément d'ordre pécuniaire par l'impulsion d'une organisation pouvant faire naître une ou plusieurs entités, et créant de la valeur nouvelle (plus forte dans le cas d'une innovation) pour des parties prenantes auxquelles le projet s'adresse* ».

1-2- Définition d'un entrepreneur

Selon **Frank JANSSEN** (2016), un entrepreneur est défini « *comme l'individu ou le groupe d'individus qui réussit (ou réussissent) à identifier dans son (leur) environnement une opportunité et qui arrive(ent) à réunir les ressources nécessaires pour l'exploiter en vue de créer de la valeur* ».

Richard CANTILLON (Fin ^{XVII}^{ème} siècle), **Jean-Baptiste SAY** (Début ^{XIX}^{ème} siècle) et **Joseph A. SCHUMPETER** (Début ^{XX}^{ème} siècle), ces trois économistes définissent l'entrepreneur sous forme d'une équation entrepreneuriale de base :

$$\text{Entrepreneur} = \text{Incertitude} + \text{Risque} + \text{Innovation}$$

1-2-1- Profil et Caractéristiques de l'entrepreneur :

De nombreuses études ont tenté d'identifier les caractéristiques qui prédisposent les individus à une activité entrepreneuriale :

A. Caractéristique démographique :

JANSSEN Frank (2016), nous expose des recherches qui tentent de nous montrer le lien possible entre les caractéristiques démographiques d'un individu, et sa tendance à faire de l'entrepreneuriat son choix de carrière. Par exemple, l'âge est généralement associé à un comportement plus conservateur, poussant les individus à privilégier des objectifs de sécurité salariale et professionnelle. Le sexe, peut contribuer à déterminer les opportunités d'emploi et d'accès à des réseaux professionnels d'un individu. Les femmes, par exemple, seraient

désavantagées par rapport aux hommes à cause de barrières liées à l'éducation, à la pression familiale, et à l'environnement professionnel. Ces recherches n'ont toutefois pas permis d'établir un lien prédictif concluant entre l'activité entrepreneuriale et de telles caractéristiques.

B. Caractéristique psychologique :

D'autres études se sont intéressées à la personnalité des entrepreneurs. Elles portent sur les caractéristiques psychologiques, ou « traits⁵ », permettant de différencier les entrepreneurs des autres groupes professionnels.

Ces études ont notamment porté sur les traits suivants :

- **Le Besoin d'accomplissement** : Généralement présent chez les individus qui préfèrent des tâches contenant un défi aux tâches routinières ;
- **La prise de risque** : Selon **McClelland** (1961), la prise de risque est dans le fait de choisir de poursuivre une idée d'affaire dont les probabilités de succès sont faibles ;
- **L'esprit inventif** : Il s'agit de la préférence pour de nouvelles façon d'agir et de faire les choses ;
- **L'autonomie** : Dans l'entrepreneuriat, les individus qui représentent un haut degré d'autonomie seraient beaucoup plus à l'aise dans cette activité. Ce qu'explique pourquoi l'entrepreneur cherche à créer sa propre organisation.
- **Contrôle de son destin** : Pour **BORLAND** (1974), l'entrepreneur préfère être le maître de soi-même, pour lui, les conséquences de ses actions dépendraient de son propre comportement et ne seraient pas le résultat d'autres causes.
- **La confiance en soi** : Un entrepreneur qui a une grande confiance en soi, sera persévérer lorsque les problèmes apparaissent et agir pour les résoudre.

Durant les 1980, des chercheurs ont tenté de cerner tous les traits de **l'entrepreneur type**. Le tableau suivant est une synthèse de cette tentative.

Tableau N°1 : Caractéristiques psychologiques des entrepreneurs

Esprit inventif	Besoin d'accomplissement	Leaders
Contrôle du destin	Preneurs de risques modérés	Confiance en soi
Indépendants	Implication à long terme	Créateurs

⁵ Les traits peuvent être définis comme des caractéristiques durables de la personnalité qui se manifestent par un comportement relativement constant face à une grande variété de situations.

Tolérance à l'ambiguïté et à l'incertitude	Energiques	Initiative
Persévérants	Apprentissage	Originaux
Utilisation des ressources	Optimistes	Sensibilité envers les autres
Orienté vers les résultats	agressivité	Flexibles
Tendance à faire confiance	débrouillards	Argent comme mesure de performance

Source : Filion (1997)

PS : Toutefois, aucun profil psychologique scientifique absolu de l'entrepreneur n'a pu être établi à ce jour et ces travaux n'ont pas permis de prédire les comportements entrepreneuriaux.

1-2-2- Entreprendre en équipe

Selon **Catherine LEGER-JARNIOU** (2013), une équipe entrepreneuriale est une équipe qui travaillent ensemble dans un projet d'une taille et d'une ambition suffisamment importante pour créer et dégager un changement pour les membres. La plupart des études montrent qu'une très grande majorité des équipes entrepreneuriales est constituée de dyades⁶. D'après **Ruef et Al.** (2009), elles représentent 35% des créations d'entreprises totales.

2- Processus entrepreneurial

2-1- Définition

Selon **Jacquet-Lagreze et al.** (1978) : « *Le processus est un déroulement de configurations ou d'interactions concomitantes et/ou successives sous l'effet de régulations compensatrices et amplificatrices propres au système concerné* ». Nous retrouvons ici l'idée de configurations (ou d'interactions) qui se succèdent ou se déroulent en séquence, sous l'effet de régulations qui, dans notre cas, sont activées consciemment ou inconsciemment par l'individu et ont pour objectif de retrouver plus de cohérence entre les composantes du système, notamment au niveau du couple individu/projet, ou de renforcer le niveau de cohérence existant. **FAYOLLE** (2012).

⁶ Ensemble de deux éléments.

2-2-Modélisation de processus entrepreneurial :

« *Le seul endroit où le succès vient avant le travail, c'est dans le dictionnaire* » VIDAL Jassoon

VIDAL Jassoon explique ici, qu'il faut d'abord passer par le travail pour arriver au succès, pour cela, on doit comprendre le processus entrepreneurial, la modélisation de ce dernier (processus entrepreneurial ou de création d'entreprise) sur laquelle nous nous appuyons présente trois phases, souligne FAYOLLE (2012) :

2-2-1- Le déclenchement du processus

L'auteur essaye de nous faire comprendre, qu'avant tout lancement d'un processus entrepreneurial, celui-ci doit être désirée et possible, et qu'il devrait disposer d'un peu de temps pour pouvoir travailler sur son projet, car sans ce peu de temps, l'entrepreneur ne pourra pas s'engager dans les premières recherches d'informations. Et doit aussi disposer d'un minimum de ressources financières, intellectuels et effectifs à son projet pour faire face. Car à l'absence de ces conditions, il est difficile d'envisager qu'un individu puisse réellement entrer dans un processus entrepreneurial.

2-2-2- L'engagement total et le passage à l'être

L'auteur veut dire par engagement total l'atteinte d'un point de non-retour ou de retour très difficile à une phase précédente. Pour l'atteinte de cette phase, il précise que deux conditions semblent nécessaires :

- La première condition d'un engagement total est que, d'une part, l'entrepreneur doit voir son projet de création comme étant une priorité absolue à toutes autres choses. D'une autre part être perçue comme étant réalisable ;
- La deuxième condition est, la résistance au changement, l'entrepreneur doit savoir les surmonter, l'auteur explique aussi que la résistance peut être de diverses origines (le changement d'habitude, la peur de l'inconnu, l'incertitude...), mais souligne une résistance plus importante qui est la résistance au changement lié à l'irréversibilité perçue de la nouvelle situation créée et aux difficultés envisagées.

2-2-3- La survie, l'échec ou le développement

Le chemin est long et difficile mais surtout incertain et inconnu, ce qui est claire c'est la destination, **FAYOLLE** (2012) explique ici, qu'une chose qui est sûre, c'est qu'à l'arrivée une fera face à une de ces trois situations soit Survie, Echec ou Développement.

3- Entreprendre dans le tourisme

« *Les espèces qui survivent ne sont pas les espèces les plus fortes, ni les plus intelligentes, mais celle qui s'adaptent le mieux aux changements.* » **Charles Robert DARWIN** (1809-1882).

Les hommes ont toujours voyagé. Migrations de peuplement, conquêtes militaires, échanges commerciaux, pèlerinages religieux mettent en mouvement des hommes et, dans une moindre mesure, des femmes, depuis des temps immémoriaux. Maintenant le tourisme est devenu un loisir de masse. Selon le Baromètre Organisation mondiale du tourisme, les arrivées de touristes internationaux ont bondi d'un remarquable 7% pour atteindre un total de 1.322 milliard.

3-1- Définition du tourisme

Selon l'organisation mondiale du tourisme (l'OMT) le tourisme est « *Un phénomène social, culturel et économique qui implique le déplacement de personne vers des pays ou des endroits situés en dehors de leur environnement habituel à des fins personnelles ou professionnelles ou pour affaires. Ces personnes sont appelées des visiteurs (et peuvent être des touristes ou excursionnistes, des résidents ou des non-résidents) et le tourisme se rapporte à leurs activités, qui supposent pour certaines des dépenses touristiques* ».

Selon **Lexitour** (2002), Le tourisme « *c'est une activité déployée par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs* ».

3-1-2- Activité touristique

Pour le législateur Algérien, l'activité touristique est définie comme étant « *Toute prestation de consommation, de voyage, ou d'utilisation d'infrastructures touristiques fournies à titre onéreux (payant) avec ou sans hébergement* ».

3-2- Les forme de tourisme

Pour entreprendre dans un secteur quiconque faut l'étudier, le comprendre, et connaître le marché, première phase de processus entrepreneurial que nous avons vu un peu plus haut. Comprendre le tourisme c'est comprendre votre projet, et anticiper toute éventuelle difficulté. **Serge RIBAUT** (2008) pour identifier les formes de tourisme, il se base sur de nombreux critères sauf celui concernant le motif de dépassement. Certains de ces critères sont relatifs à l'homme, d'autres à la destination et d'autres au temps.

- **Tourisme Bleu ou tourisme Balnéaire** : Il regroupe toutes les activités liées à l'eau. Les croisières constituent le second aspect du tourisme bleu ;
- **Tourisme Vert ou touriste Rural** : Il s'est développé récemment dans des pays comme la France ou l'Irlande où les espaces ruraux sont très nombreux. Il attire surtout une clientèle jeune et urbaine qui veut se rapprocher de la nature ;
- **Tourisme Montagnard** : Les espaces montagnards proposent des activités très variées et plus souvent sportives tout au long de l'année (En été, tourisme verts, en hiver, tourisme blanc comme le SKI) ;
- **Tourisme Urbain (grandes métropoles et grandes villes)** : Les villes sont fréquentées tout au long de l'année et sont les premières destinations touristiques mondiales ;
- **Tourisme jaune ou saharien** : En Algérie, le tourisme saharien constitue la bataille de plusieurs organismes touristiques comme le cas de l'ONAT, qui se focalisent sur l'intensification des programmes dans le sud du pays ;
- **Tourisme de santé** : on parle ici de thermalisme, thalassothérapie et des centres de remise en forme, ces deux pratiques ont en effet double fonction, médicale et touristique ;
- **Tourisme religieux** : C'est une forme de tourisms les plus anciennes, Exemple : chez les musulmans, La Mecque en Arabie Saoudite ;
- **Tourisme d'affaire** : Regroupe à la fois une dimension professionnelle (voyage d'entreprises) et à la fois une dimension touristique.

3-3- La situation du secteur du tourisme Algérien

« Malgré ses richesses géographiques et culturelles, l'Algérie n'est pas vraiment une destination touristique, comparativement à ses voisins marocain et tunisien qui ont jouée massivement cette carte depuis longtemps. Aujourd'hui, Alger affirme vouloir développer

cette industrie porteuse d'emplois. Mais la route est encore longue », déclare **Pierre MAGNAN** (2018).

L'état des lieux du secteur du tourisme en 2014 est comme suivant, le parc hôtelier national est constitué de 1 185 établissements totalisant une capacité de 92 737 lits. Ce parc, caractérisé par une prédominance de l'hôtellerie urbaine non classée (671 établissements totalisant 52 445 lits, soit 56.55% du total) est réparti, par secteur, de la manière suivante : 68 établissements publics (15 657 lits, 16.88%), 36 établissements appartenant à des collectivités locales (2 118 lits, 2.28%), 1 071 établissements privés (71 484 lits, 77.08%) et 9 établissement mixte (3 478 lits, 3.75%), Tiré de l'annuaire statistique de l'Algérie (chapitre tourisme) de l'office national des statistiques (Pour voir les statistiques au complet, consultez annexe N°I-1).

3-4- Entreprendre dans le tourisme

Le 27 septembre 2017, L'ex ministre du tourisme et de l'artisanat, **Hacène MERMOURI**, a annoncé que 1812 projet de réalisation de nouvelles infrastructures hôtelières avaient été agréés par le ministère. Cette série de projets devraient porter la capacité d'accueil à 240 000 Lits contre 100 000 Lits actuellement, et créer 99 000 Emplois.

L'Algérie disposent de ressources touristiques intéressantes, d'attractions naturelles exceptionnels, mais largement inexploitées en raison de la faiblesse des investissements touristiques. Autrement dit, le marché du tourisme est quasi-vierge pour ceux qui souhaitent l'exploiter. Voici les différents investissements possibles dans le secteur du tourisme :

3-4-1- Dans un établissement hôtelier

Pour le législateur Algérien, Un établissement hôtelier « *est tout établissement qui exerce une activité hôtelière* ».

Une activité hôtelière « *est toute utilisation à titre onéreux, d'infrastructure destinée principalement à l'hébergement ainsi que la fourniture des prestations qui lui sont liées. Cette infrastructure se compose d'établissements d'hébergement définis ci-dessous, qui sont, louées à une clientèle effectuant un séjour d'une semaine à un (01) mois mais qui n'y élite pas domicile* ».

Tableau N°2 : Les établissements hôteliers selon la législation algérienne

Etablissements hôteliers	Définition
Hôtels	L'hôtel est une structure d'hébergement aménagée pour le séjour et. Eventuellement, pour la restauration des clients. Sont classés en six catégories (de sans étoile à cinq (05) étoiles).
Motels ou relais	Le motel ou relais est une structure d'hébergement construite en dehors des agglomérations, directement accessible d'une route ouverte à la circulation des véhicules à moteur. Sont classés en deux catégories.
Villages de vacances	Un village de vacance est une ensemble de structures d'hébergement construites en dehors des agglomérations et offrant des logements pavillonnaires constitués par de petits appartements familiaux. Il doit pouvoir offrir à sa clientèle les trois (03) repas principaux de la journée. Outre les installations sportives et culturelles, le village de vacances doit disposer d'un dispensaire opérationnel, d'un centre commercial et d'une station d'essence. Il est classé en trois catégories.
Résidences touristiques	La résidence touristique est une infrastructure d'hébergement située en dehors des agglomérations et dans des lieux communs par leurs aspects naturels spécifiques et présentant un hébergement doté d'appartements meublés. Elle doit offrir à la clientèle les moyens de distraction, de sport, d'animation et de commerce. Ces résidences sont classées en trois catégories.
Auberges	L'auberge doit être situées en dehors des agglomérations et comporter un minimum de six (06) chambres et assurer le service du petit déjeuner. Sont classés en deux catégories.
Pensions	La pension doit comprendre cinq (05) à quinze (15) chambres et offrir au moins le petit déjeuner. Elle peut, toutefois, offrir les repas ou permettre à sa clientèle d'en préparer. Sont classées en une catégorie.
Chalets	Un chalet est une structure destinée à une clientèle fréquentant les stations balnéaires et/ou montagne, avec ou sans ameublement, et offerte en location au jour, à la semaine, au mois ou à la saison. Sont classés en deux catégories.
Meublé du tourisme	Dont le nombre de chambres ne peut, excéder dix (10), est offert en location pour une durée maximale d'un (01) mois. Il est constitué de

(suite meuble du tourisme)	villas, d'appartements ou de chambres meublés. Il est classé en une seule catégorie.
Terrains de camping	Est un espace aménagé dans le but d'assurer de manière régulière, le séjour de touristes dans : - Les équipements légers apportés par eux ou fournis sur place ; - Des caravanes tractées.
Gîtes d'étape	Le gîte d'étape est établi sur le parcours d'un critère touristique en vue de permettre le repos des touristes de passage. Cette structure doit comprendre au moins une salle commune aménagée pour la cuisine et la restauration, une chambre ou salle et une installation sanitaire convenable. Classé en une seule catégorie.

Source : Décret exécutif n°2000-46 du 25 Dho El Kaada 1420 Correspondant au 01 Mars 2000 définissant les établissements hôteliers et fixant leur organisation, leur fonctionnement ainsi que les modalités de leur exploitation.

3-4-2- Dans une agence de voyages et du tourisme

Les agences de voyage et du tourisme sont des entreprises commerciales qui composent et vendent des offres de voyages à leurs clients. Elles jouent un rôle d'intermédiaires et/ou d'agrégateurs de services entre les clients et les différents prestataires sur le marché du tourisme : compagnie aériennes, hôteliers, loueurs de voiture, compagnies d'assurances ...Etc.

3-4-3- Dans la restauration et Catering

La restauration est une composante majeure du tourisme, plus d'un quart de budget des touristes est dépensés pour l'alimentation quotidienne, sans compter les achats de souvenirs dans lesquels certains produits alimentaires emblématiques et traditionnels tiennent une place de premier ordre.

3-4-4- Dans les parcs d'attractions et de loisirs

Tel qu'indiqué dans l'*encyclopédie du tourisme Jafari* (2000), tout ce qui est acheté lors d'un voyage peut être appelé un produit touristique. Plus exactement « Un produit est tout ce qui peut être offert pour satisfaire un besoin ou un désir » **Kotler et al.** (2000). Il y a des cas où le concept de produit s'applique aussi à des services gratuits, comme certains loisirs (exemple : une balade à vélo).

Le terme attraction en tourisme semble à peine mieux cerné que le terme produit et les deux sont parfois employés indistinctement. On s'entend généralement pour dire que l'attraction est ce qui attire le tourisme.

« *A tourist attraction consists of all those elements of 'non-home' places that draw discretionary (...)* ». **Lew** (1987).⁷

En terme d'attractions et loisirs touristiques qui peuvent attirés les touristes, et où un entrepreneur peut placer ses fonds, on peut citer : Les Aqua-parcs, les parcs d'attractions et loisirs, Escape room, Paint-Ball, Bateau pirate, Underwater tunnel, parachute ascensionnel ...Etc.

3-4-5- Stations thermales, Centres de remise en forme, SPA, Sauna et Hammam

C'est un type de station touristique dans laquelle est aménagée un ou plusieurs établissements spécialisés dans le traitement d'affections diverses par les eaux minérales chaudes. Généralement par des source d'eau qui sort du sol chauffé par un processus géothermique.

Le Sauna ou Hammam est un bain de chaleur humide et sèche qui fait transpirer et permet d'éliminer les nombreuses toxines accumulées au cours d'une journée de travail ou d'un effort physique intense, c'est considéré comme un établissement touristique parce que c'est un lieu de détente, il aide à chasser le stress, à se relaxer les muscles et favorise le sommeil.

3-5- Tourisme comme nouvelle économie mondiale :

D'après l'O.M.T. Les voyages internationaux se situent à la troisième place dans le classement des « GRANDS » secteurs du commerce mondial. Seulement le chiffre d'affaire de deux industries qui devancent celui du tourisme, l'industrie de pétrole et de l'automobile. Mais aujourd'hui le tourisme représente la première industrie de service dans le monde. Bref, c'est l'or blanc du troisième millénaire. Il favorise l'ouverture des grands chantiers d'avenir d'une nation.

Pour l'économiste **Jérémy BOER** (2016), qu'on le mesure à sa part dans le PIB mondial ou au nombre d'emplois qui en relèvent, le tourisme apparaît comme un puissant moteur économique appelé de surcroît à gagner encore en importance.

⁷ Une attraction touristique est composée de tous les éléments localisés ailleurs qui attirent le voyageur hors de son lieu de résidence.

Selon l'organisation mondiale du tourisme (OMT), la contribution directe du tourisme au PIB mondial est de l'ordre de 3.1%. Cette estimation concerne la somme des valeurs générées par les industries touristiques telles que définies par le compte satellite du tourisme de l'OMT. Selon le World Travel & Tourism Council, la contribution « totale » du tourisme mondial est de 9.8%. C'est plus que la contribution de l'industrie automobile, de l'industrie pétrolière ou de l'industrie agro-alimentaire. Par ailleurs, toujours d'après cet organisme, le tourisme contribue à la hauteur de 9% à l'emploi dans le monde, ce qui représente 274 millions d'emplois.

Section 3 : Les étapes de création d'une entreprise touristique en Algérie

1- De l'idée au projet

Tout commence avec cette idée, cette idée géniale ou non, mais qui reste un prérequis, une condition nécessaire à la création d'entreprise. Cette même idée n'est certainement pas suffisante, elle doit devenir un projet, viable, pérenne et sérieux, ce qui explique **François BERGERAULT** (2014). Il ajoute aussi, que votre idée ne va pas rester la même à force d'y penser, d'en formuler l'argumentaire de vente, la forme de distribution, etc., cette première idée a de forte chance d'évaluer beaucoup avant d'être lancée, mais cette remise en question autour d'elle ne fera qu'assurer la qualité de votre lancement.

A plusieurs on est plus fort : Travailler seul ou en équipe est un choix à faire dès le début, selon l'auteur, les créations solitaires ne sont pas de légion maintenant, car tôt ou tard, il faudra s'associer pour grandir, et qu'il est important de voir ce que va apporter l'association au lieu de voir ce qu'elle va vous faire perdre.

Il continu par ; que nous soyons avec un seul ou plusieurs associés, ça nous fera que du bien, ils vont nous aider à réfléchir, à résoudre les problèmes, et nous faire profiter de leurs compétences ainsi nous ouvrir de nouveaux horizons.

La phase d'initiation de l'idée : D'après l'auteur, il est impératif de tester votre idée en interrogeant des intervenants existants, prendre des avis, sans avoir à tout raconter, ainsi écouter les avis et savoir trier les informations.

Selon lui, que l'écouter et l'humilité sont clés, et si nous arrivons à bien écouter et prendre en considération les avis des autres, notre idée peut devenir excellente.

2- Construire son projet

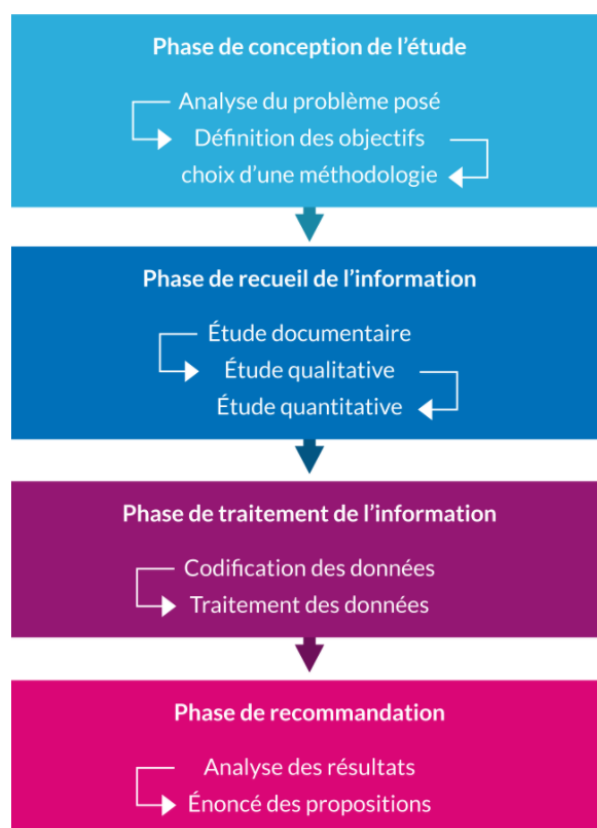
Nous avons une idée géniale, c'est un bon début, mais faut la valider par une étude de marché, puis vérifier la faisabilité économique de votre projet. Pour y arriver, cette démarche implique l'élaboration d'un business plan.

2-1- Etude de marché

« La seule preuve qui vaille est celle du marché, il faut absolument étudier les besoins de ses clients potentiels, vérifier s'ils sont prêts à acheter le produit ou service que vous envisagez de leur proposer, au moment où vous le mettrez en vente. » Michel VELHAC.

Pour **Dominique PIALOT** (2006-2007), l'étude de marché est indispensable.

Figure N°2 : Les étapes d'élaboration d'une étude de marché



Source : <https://www.marketing-etudiant.fr/etude-de-marche.html>

2-2- Business Plan

Selon François B. (2014), le Business Plan ou Plan d'Affaire est une traduction en chiffre de la vision de développement de notre entreprise, et qu'il existe deux facteurs constitutifs du Business Plan : Le Temps et Les Flux Financiers.

⇒ Combien de chambres vais-je vendre, à combien, à combien de personnes sur telle ou telle période ? Ça y est, vous avez votre chiffre d'affaires.

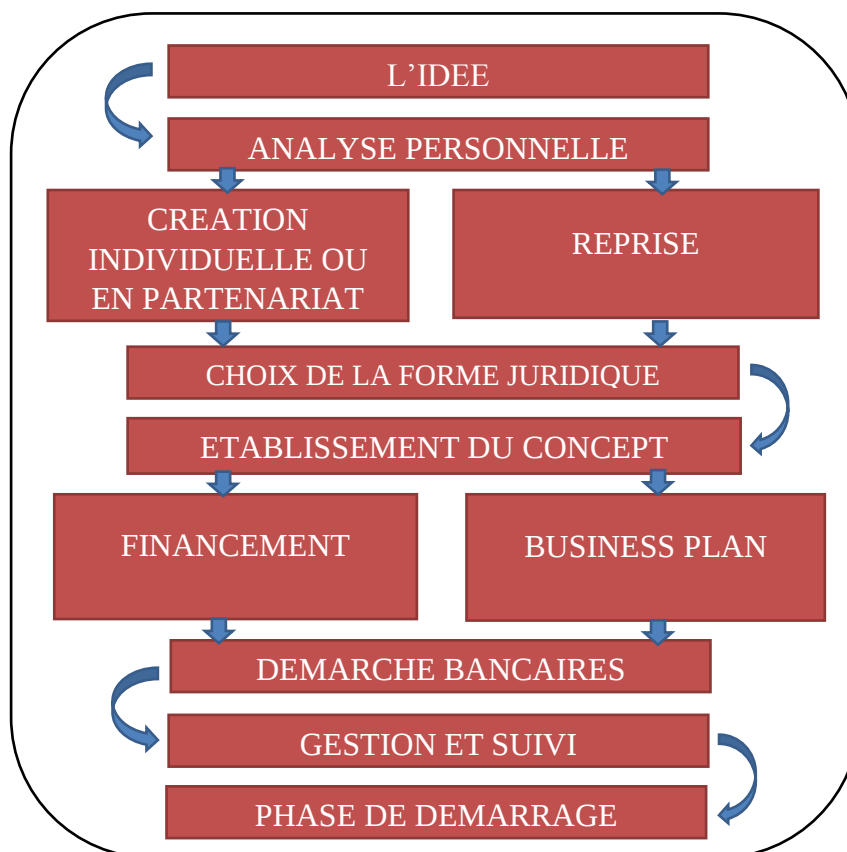
Un PowerPoint pour la présentation :

« *Ce qui se conçoit bien s'énonce clairement et les mots pour le dire, viennent aisément.* »
BOILEAU.

Pour l'auteur, nous devons encore traduire notre Business Plan en PowerPoint de présentation, voir même indispensable, afin de décrire nos ambitions, expliquer les hypothèses, argumenter sur les risques et opportunités, pour que notre Business Plan soit plus crédible.

3- Mise en vie de projet

Figure N°3 : Les étapes de création d'entreprise



Source : Contact d'entreprise, la création d'entreprise : les clés pour réussir, chambre des métiers, Luxembourg, P.2.

Nous avons trouvé notre idée, nous avons fait notre analyse, maintenant il est temps de choisir comment créer notre entreprise ;

3-1- Les types de création d'entreprise

Pour A. FAYOLLE (2012), Il existe autant de types de créations d'entreprise, que de profils d'entrepreneurs. Nous pouvons citer les situations typiques suivantes :

3-1-1- La création *ex nihilo*

Ex Nihilo est une expression latine signifiant « à partir de rien ». Cette création est sans doute la plus difficile, car nous allons démarrer de rien, il nous sera difficile d'implanter nos produits dans le marché et de nous faire un nom, ainsi l'auteur, nous insiste sur le fait de bien évaluer les risques avant de se lancer.

3-1-2- La création par essaimage

Moins risquer que la première et plus facile, cette création se fait quand nous sommes salariés avec l'aide de notre entreprise. Les grandes entreprises incitent ses salariés dans la création d'entreprise et les accompagnent pour réduire le niveau de risque de l'entrepreneur.

3-1-3- La création d'une franchise

Elle met en relation un *franchiseur*, entreprise qui souhaite se développer en utilisant cette modalité, et un *franchisé*, individu qui veut créer une entreprise en appliquant une formule.

3-1-4- La reprise d'une entreprise

Selon Frédéric PARRAT (2010), dans ce cas ne nous allons pas créer une entreprise, parce que cette dernière existe déjà, ainsi l'incertitude est généralement moindre et les niveaux de risque beaucoup plus faible, mais avant la reprise nous devons étudier et analyser les données qui décrivent cette organisation dans son présent, son histoire, sa structure et son fonctionnement. Au moins deux cas de reprise d'entreprise peuvent être examinés :

- Reprise d'entreprise ou d'activité en bonne santé :

La difficulté principale ne se trouve pas dans le fait de reprendre l'entreprise, mais dans le fait d'avoir suffisamment l'information tôt qu'une entreprise de ce type est en vente. Le prix de ces entreprises est trop élevé dans le marché, il faut disposer de ressources financières importantes.

- **Reprise d'entreprise ou d'activité en difficulté :**

Dans ce cas, le prix de vente d'entreprise est généralement moins cher que celui en bonne santé, mais nous aurons besoin de ressource financière importante afin de la redresser, et il est important aussi d'avoir une bonne connaissance des situations de crise. Et de restaurer rapidement la confiance à tous les niveaux : personnels, clients, fournisseurs, partenaires ...etc.

3-2- Aspect juridico-administratif

3-2-1- Dénomination de l'entreprise

Nommer officiellement notre entreprise/société devient une priorité, dans la mesure où c'est un élément qui l'accompagnera tout au long de sa vie, et qui l'identifiera auprès de ses clients.

La dénomination de la société se fait au niveau de Centre National de Registre de Commerce (CNRC⁸). Nous devons inscrire quatre noms pour la société par ordre de préférence en plus de paiement des frais d'inscriptions, une attestation valide pendant six mois nous sera remise. Si l'utilisateur n'immatricule pas son entreprise, et ne procède pas à une prolongation, cette dénomination redeviendra disponible pour d'autres entreprises.

3-2-2- Le Statut de la société (Pour plus de détail voir annexe N°I-2) :

Pour le groupe **contact d'entreprise** (2008), nous allons faire face à de multiples critères objectifs (c'est-à-dire les contraintes fixées par la loi) et subjectifs (c'est-à-dire ceux directement liées au projet et à son avenir), afin de faire le choix sur la forme juridique à adopter pour notre entreprise.

Tableau N°3 : Les différentes formes juridiques en Algérie

Forme juridique	Résumé	Avantages	Inconvénients
<i>Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL)</i>	L'entrepreneur est maître de son affaire. Il finance seul et il décide seul ; il est le seul responsable à l'égard des tiers. Il assume seul les risques de son entreprise et il engage son patrimoine privé.	- Cette forme est la moins rigide : pas de statut à rédiger, ni de capital minimum à avoir ; - Le pouvoir de	- L'entrepreneur assume seul les risques de l'entreprise puisqu'il y a confusion entre les biens de l'entreprise et les biens privés ;

⁸ Voir annexe I-3 : Liste des antennes du CNRC au niveau national

		décision n'est pas divisé.	- En cas de décès de l'entrepreneur, l'entreprise est soumise au droit commun des successions. Il y a donc risque de démantèlement de l'entreprise.
<i>Société en nom collectif (SNC)</i>	La SNC se forme entre deux ou plusieurs personnes sous une raison sociale comprenant le nom des associés ou de certains entre eux. Chaque associé à la qualité de commerçant.	- Cette forme est apte à exprimer les liens souvent familiaux qui unissent les associés ; - Aucun capital minimum n'est requis ; - Il y a possibilité de partage des risques financiers ; - Il n'y a pas nécessité d'acte notarié.	- La responsabilité est illimitée. Ici aussi il y a confusion entre patrimoine de l'entreprise et biens privés ; - La cession des parts est en principes impossible, cependant les statuts peuvent prévoir des tempéraments à cette règle ; - En principe, le décès d'un des partenaires entraîne la dissolution de la société.
<i>Société à responsabilité limitée (SARL)</i>	La SARL constitue un type hybride de société. Elle comporte en effet des traits des sociétés de personnes et des sociétés de capitaux. Ses caractéristiques principales sont : Les associés de la SARL ne sont responsables qu'à la hauteur de leurs apports ; le capital social (ne doit pas être inférieur à 100 000 DA) est divisé en parts sociales (d'égale valeur nominale de 1 000 DA au moins). Ces parts ne	L'avantage de cette société est que les décisions prises en principe à la majorité et non à l'unanimité.	

	peuvent être cédées à des tiers qu'avec l'accord de la majorité des associés de la SARL. Lorsque toutes les parts sociales sont réunies entre les mains d'un seul associé, on est en présence d'une société à responsabilité limitée unipersonnelle.		
<i>Société en commandité simple (SCS)</i>	Ce type de société est formé sous une raison sociale par un ou plusieurs associés qui sont de deux types : - Les commandités : Ils sont solidairement et indéfiniment responsables ; - Les commanditaires : Ils sont simples bailleurs de fonds et ne peuvent exercer la gestion de la société. La raison sociale doit comporter l'un ou plusieurs des noms des associés commandités. Cette forme de société est en net déclin depuis l'institution de la société à responsabilité limitée.		
<i>Société par action (SPA)</i>	La société par action est la société dont le capital est divisé en actions et qui est constitué entre des associés qui ne supportent les pertes qu'à concurrence de leurs apports. Le nombre de ces associés ne peut être inférieur à sept (07). Le capital social doit être de cinq (05) millions DA au moins si la société fait publiquement appel à l'épargne, et d'un (01) million DA dans le cas contraire.		

Source : Contacte d'entreprise, (2008), Création des entreprises : Les clés pour réussir, P.7-8-9. & code de commerce, année 2007 p138-140-142-150-151.

3-2-3- L'inscription au BOAL, Immatriculation et Inscription au registre de commerce

L'inscription au BOAL :

L'inscription au bulletin officiel des annonces légales se fait au centre national du registre de commerce, l'annonce est établie par le notaire en deux langues (Français, arabe). Les frais d'inscription au BOAL sont calculés par le nombre de pages publiées soit 3000DA par page, ainsi que 55DA pour les droits de publication au BOAL en langue.

Immatriculation au CNRC :

Tout commence avec le paiement de timbre fiscal au niveau des impôts au coût de 4000DA, ensuite vient le paiement des droits d'inscription au CNRC qui se fait au niveau d'une agence bancaire partenaire du CNRC (BNA), le coût de ce versement se calcule d'après le capital de la société, et le nombre d'activité exercées. Enfin vient l'inscription au registre de commerce, qui est obligatoire en vigueur de la loi N°04-08 du 14 Août 2004, modifiée et complétée par la loi N°13-06 du 23 juillet 2007 qui est relative aux conditions d'exercices des activités commerciales. L'inscription se fait au niveau de CNRC.

Déclaration d'existence au impôts et déclaration d'activité à la CASNOS :

La loi N°05-16 du 31 décembre 2005 nous oblige à déclarer nos impôts au niveau d'inspection des impôts ou CDI (Centre des impôts).

3-2-4- Autorisation et agrément

Dans le cas d'un établissement hôtelier :

Toute Wilaya dispose d'une direction d'aide à l'investissement, elle s'occupe généralement de l'attribution de terrain, pour le service du tourisme en plus des ZET (zones d'expansion touristique), la Wilaya offre des terrains pour les demandeurs potentiels. L'attribution des terrains se fait après avoir fait l'étude de dossier préparé par l'investisseur par la commission chargée de le faire, la commission est généralement composée de Wali de la Wilaya, directeur du tourisme, du l'environnement, forêts, protection civile ... Etc.

Ensuite, une fois le terrain obtenu l'entrepreneur devrait avoir un permis de construire pour commencer la construction de son hôtel, le permis de construire est attribué par la même commission qu'avant.

Enfin, une fois l'établissement construit, la loi 99-01 stipule qu'il est obligatoire d'avoir une autorisation d'exploitation délivrée par l'administration chargée du tourisme, dans un délai qui ne dépasse pas les trente (30) jours à compter de la date de dépôt de la demande (Voir annexe N°I-4). Afin d'avoir cette autorisation, le propriétaire de l'établissement hôtelier doit être qualifié pour gérer son établissement, dans le cas contraire, la loi l'oblige à désigner un gérant agréé par l'administration chargée du tourisme.

Dans le cas d'une agence de tourisme et de voyages :

Pour une agence de tourisme et de voyages, la loi 99-06 stipule qu'il est obligatoire d'avoir une licence d'exploitation délibérée par le ministère chargé du tourisme, après avis de la commission nationale d'agrément des agences de tourisme et de voyages.

Le demandeur de la licence est soumis à plusieurs conditions, ainsi la loi l'oblige à avoir une aptitude professionnelle en rapport avec l'activité touristique, dans le cas contraire, il peut désigner toute autre personne de son choix remplissant cette condition, aux fins d'être agréé comme agent. (Voir annexe N°I-5 pour avoir une idée sur la demande de licence d'exploitation d'une agence de tourisme et de voyages.)

3-3- Aspect finance

3-3-1- Emprunt comme solution de financement

Les prêts bancaires à long et moyen terme :

Selon **Robert PAPIN** (2015), rare sont les entrepreneurs qui connaissent les sources de financement à moyen et à long terme qui sont à disposition des dirigeants de PME, mais ces aides profitent surtout aux entreprises industrielles innovatrices ou créatrices d'emplois.

Les crédits spécifiques :

Concernent beaucoup plus le financement de l'innovation, de crédit-bail et les prêts employeur.

Le crédit-bail :

L'auteur explique, que le crédit-bail peut financer les immobilisations à 100%, et ses engagements ne sont pas considérés comme des dettes à long terme, vu qu'il n'apparaît pas dans l'actif de bilan, et qu'il n'est un contrat de location avec option d'achat en fin de contrat.

Organisme d'aide au financement en Algérie :

L'Algérie propose plusieurs choix d'aide au financement à ses entrepreneurs, en plus de financement elle accompagne les porteurs de projets dans la création et l'extension de leur entreprise, comme par exemple : L'ANSEJ, ANGEM, FGAR, ANDI.

3-3-2- Les financeurs en capital

Du business Angel au capital-risqueur :

Selon **Olivier MAGNAN** (2011), nous allons quitter le monde du « crédit à rembourser », et nous allons entrer dans celui de « capital », et que ce type de crédit ne concerne généralement que les PME.

Ce capital-investissement se fait par le baie de particuliers ou sociétés qui souhaite investir dans une idée, nous faisons plus affaire à un banquier prêteurs mais à des associés, au pire « des propriétaires ». L'auteur continu par expliquer, que propriétaire ou pas, ils nous laisseront aux commandes de l'affaire... Mais sous une haute surveillance, et une fois que leur fonds avec un plus-value significative est retrouvé, ils nous laisseront seul aux commandes.

3-3-3- Trouver des fonds propres

Robert PAPIN (2015) Tenez à nous rappeler d'abord ce que sont les fonds propres, en expliquant qu'ils sont les sommes apportées à titre personnel par le créateur de l'entreprise. Et que dans une société, ces fonds propres correspondent aux apports du créateur et de ses associés pour constituer le capital social. Ces fonds propres sont alors matérialisés par des actions, ou pas des parts sociales (comme pour une SARL).

Synthèse

D'après les notions théoriques évoquées tout au long de ce chapitre, nous constatons que l'idée, la motivation, l'aspect juridico-administratif et l'aspect finance peuvent être les principales contraintes que nous pourrions rencontrer au moment d'un investissement touristique.

Pour mieux répondre à notre problématique nous avons vu primordiale d'intégrer ces points dans notre guide d'entretien pour sonder l'avis des interviewés. Nous allons poser divers question en relation avec les différents points présentés précédemment afin d'évaluer les résultats chez ces derniers. Et nous allons clore avec une analyse et des comparaisons entre les diverses réponses afin d'arriver à répondre à notre question de départ.



Chapitre 2

Méthodologie et contexte de la recherche



Après avoir mis en évidence les passerelles entre l'entrepreneuriat et le tourisme, que nous nous sommes entretenus avec plusieurs professionnels et avons évoqué l'œuvre de plusieurs auteurs au travers des différentes revues et ouvrages théoriques dans le chapitre précédent, nous nous intéresserons, dans une première section, à la méthodologie suivie dans notre travail de recherche afin d'essayer de répondre à notre problématique.

Ensuite, dans une deuxième section, nous présenterons l'organisme d'accueil, à savoir « la direction du tourisme et de l'artisanat – Wilaya de Béjaia », dont nous avons intégré l'équipe pendant une période de quelques mois, et dans laquelle notre recherche s'est focalisée notamment sur le service investissement.

Section 1 : Méthodologie de la recherche

Cette section est dédiée à la démarche méthodologique suivie dans notre travail de recherche afin d'amorcer l'ancrage méthodologique nécessaire pour répondre à notre problématique. En premier lieu, nous expliquerons les raisons du choix du sujet, et le lieu du stage. En second lieu, nous présenterons la méthode de recherche adoptée, et qui se base sur une démarche qualitative, des divers outils de collecte de données et enfin les difficultés rencontrées lors de l'enquête.

1-1- Choix du sujet

La principale raison qui a conduit notre choix vers cette thématique réside dans le fait que l'entrepreneuriat demeure un thème d'actualité. Ensuite, le choix de ce sujet souligne son importance capitale étant donné que, l'entrepreneuriat est considéré comme l'un des mécanismes actuels de l'émergence économique des pays. Toutefois, les recherches et formations concernant ce concept demeurent rares au sein de la communauté scientifique. Enfin, nous évoquerons aussi un intérêt personnel à ce sujet, que nous avons eu l'occasion d'étudier pendant un seul semestre durant toute notre formation supérieure au sein de l'école nationale supérieure de management, ce qui nous permet d'acquérir les connaissances théoriques nécessaires sur le management des organisations et l'entrepreneuriat, déclenchant en nous cette volonté d'explorer, d'étudier, de traiter et de comprendre davantage ce sujet, et de mettre en pratique les connaissances acquises. Aujourd'hui, la *Jeunesse algérienne* recherche beaucoup plus à être indépendante et lancer sa propre affaire, toutefois, l'absence d'une culture entrepreneuriale en Algérie handicape les porteurs de projets à aller plus loin, au bout de leur rêve. Ceci a incité l'Etat à créer plusieurs organismes d'accompagnement

entrepreneurial pour ces derniers afin de les aider à réduire et anticiper les difficultés et contraintes rencontrées durant le processus entrepreneurial.

1-2- Intérêt personnel

Ce travail de recherche nous a permis d'une part, d'approfondir nos connaissances en termes d'entrepreneuriat, et d'autre part, de comprendre les difficultés que peut rencontrer un entrepreneur dans l'industrie du tourisme, et ainsi, mettre en valeur les connaissances théoriques acquises au cours de notre cursus universitaire (d'abord, à l'école nationale supérieure du tourisme et ensuite à l'école nationale supérieure de management).

1-3- Choix du lieu de l'étude (entreprise d'accueil)

Pour compléter notre formation théorique avec un stage pratique, nous avons prospecté une organisation afin de nous aider à mener à bien notre cas pratique et nos travaux de recherches. D'abord, notre choix de l'organisation s'est tourné vers un établissement hôtelier ou une agence de voyage, pour être en contact directe avec un entrepreneur dans le domaine du tourisme et faciliter ainsi notre travail de recherche. Ensuite, notre choix s'est orienté vers un établissement bancaire, afin de traiter le thème d'un point de vue financier.

Après plusieurs recherches, nous avons constaté que l'organisation qui pourrait le mieux convenir à notre sujet est un établissement public exerçant dans le secteur du tourisme. Nous avons d'abord songé au Ministère du Tourisme et d'Artisanat, mais la distance et la difficulté d'accéder à l'établissement nous a fait obstacle. De plus, et compte tenu de l'importance d'une telle organisation, elle ne peut probablement pas nous accorder suffisamment de temps et d'informations pour arriver à bout de notre travail.

A la fin de notre investigation, notre choix s'est porté sur la Direction du Tourisme et d'Artisanat de la Wilaya de Béjaia, plus exactement le service « investissement » pour effectuer notre stage pratique, et réaliser notre étude empirique qui traite la problématique de l'entrepreneuriat et ses difficultés. En plus, de la proximité et l'accessibilité, l'établissement est public et répond parfaitement aux conditions que notre problématique exige, notamment l'accès à l'information et aux contacts d'entrepreneurs dans l'industrie du tourisme dont nous avons besoin pour nos recherches.

1-4- Objet de recherche

Au cours de notre recherche, nous allons tenter de comprendre la réalité de l'entrepreneuriat dans le domaine du tourisme, mais surtout, nous allons essayer de cerner les difficultés et les

contraintes que les entrepreneurs rencontrent au moment d'entreprendre dans ce secteur, et ce, à travers une étude qualitative toute en la mettant en relation avec les concepts expliqués dans la partie théorique.

1-5- Démarche méthodologique

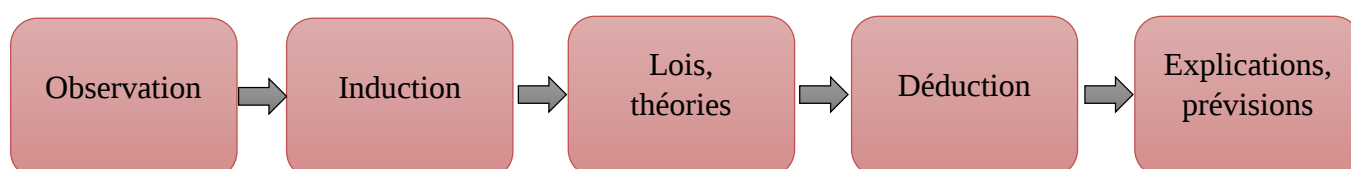
La méthode de recherche est définie par rapport au cheminement que nous souhaitons suivre afin d'arriver à répondre à la problématique posée, elle représente une sorte d'itinéraire rempli de choix.

1-5-1- Raisonnement scientifique

Selon **Thietart RAYMOND-ALAIN** (2007) « Explorer en management consiste à approfondir un fonctionnement pour deux raisons : la recherche de l'explication et la recherche de la compréhension ». Dans le cadre d'une recherche, le chercheur est obligatoirement confronté à un certain nombre de démarches : démarche de déduction, démarche d'induction.

Tout au long de notre recherche, nous avons adopté une démarche inductive, nous sommes partis de l'observation pour tirer des hypothèses, notamment pour l'identification des principales difficultés en matière d'investissement touristique.

Figure N°4 : Explication de la démarche inductive



Source : MOUCHOT, 2003, P.27

Ensuite, pour le cadre conceptuel et théorique, nous nous sommes principalement basés sur la recherche documentaire au niveau des universités et écoles de management ainsi que des bibliothèques en ligne, en plus de la documentation interne de l'entreprise d'accueil.

Enfin, nous nous sommes appuyées sur nos observations et nos conclusions pour décider d'adopter pour la recherche empirique, la méthode qualitative, nous avons donc mené des entretiens semi-directifs avec plusieurs professionnels de domaine d'entrepreneuriat et dans le secteur du tourisme, dans le but de collecter les informations nécessaires à notre recherche.

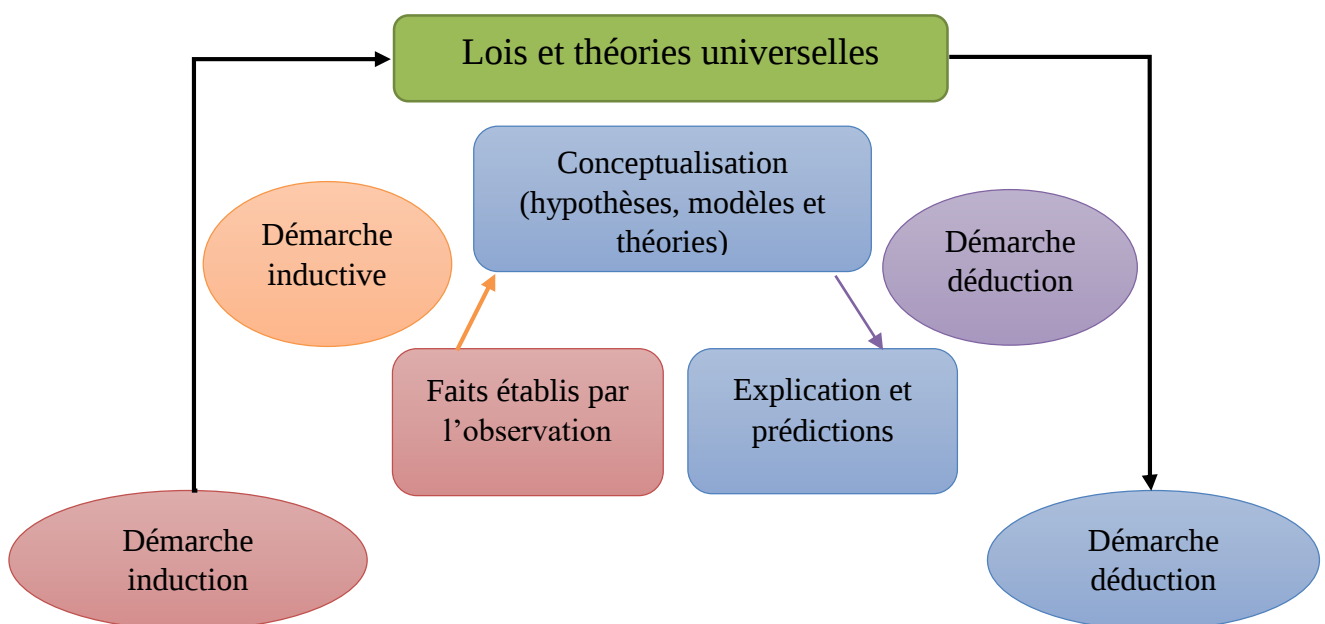
1-5-2- Démarche de déduction et d'induction

Tableau N°4 : Explication du raisonnement inductif et déductif

Raisonnement déductif	Selon Hervé GUMUCHIAN et. Claude MAROIS (2000), le raisonnement déductif « <i>est une démarche qui passe par la démonstration et dont le point de départ est une hypothèse, un modèle ou une théorie</i> ». C'est-à-dire que nous partons de l'hypothèse pour arriver aux résultats.
Raisonnement inductif	D'après François DEPELTEAU (2010), le raisonnement inductif « <i>amène le chercheur qui l'utilise à élaborer des énoncés généraux se fondant sur l'expériences particulières, rigoureuses et systématiques. Après avoir observé plusieurs phénomènes similaires (des corbeaux), le chercheur élabore des énoncés généraux (les corbeaux volent)</i> ». Donc le chercheur se pose une question sans idée préconçue, il se livre à des observations multiples de cas particuliers. Ensuite, ils formulent des énoncés généraux (hypothèses, théories, lois ...).

Source : Tableau conçu par moi-même

Figure N°5 : Raisonnement inductif/raisonnement déductif



Source : A. Chalmers, A. 1987.

1-6- Design de la recherche

1-6-1- Choix d'une méthode qualitative

Tout au long de notre travail, nous croiserons des données, le choix d'une méthode qualitative ou quantitative repose sur un certain nombre de critères, qui sont : la nature des données, l'orientation, ainsi que la flexibilité de la recherche. En effet, selon **Matthew B. MILES** et **A. Michael HUBERMAN** (1979), « les données qualitatives se présentent sous la forme de mots » et « les données numériques apportent des preuves quantitatives », d'après **Robert K. YIN** (1984). L'exploration est souvent liée à une approche qualitative.

La limite de la méthode qualitative, c'est qu'elle est liée à un contexte particulier. C'est la raison pour laquelle nous avons procédé à deux ordres d'enquêtes de terrain : l'une auprès de service investissement de la DTA-Béjaia et l'autre, auprès d'entrepreneurs dans le secteur touristique. Ceci permet de renforcer la validité externe de notre recherche qualitative. Dans ce cas, l'analyse qualitative offre plus de garanties sur la validité interne de la réflexion, que l'analyse quantitative. En outre et en effet, la méthode qualitative permet une grande flexibilité, dans le sens où le chercheur peut modifier la question de recherche ou encore même, son recueil de données.

1-7- Collecte de données

Notre choix d'une méthode fondamentalement qualitative affère à la nature interne même de notre thème de recherche : nous observons et analysons des comportements humains et un comportement s'il n'est pas quantifiable, il demeure caractérisable. Par conséquent, c'est par ce biais qualitatif que nous pourrions décrire, comprendre, expliquer et comparer les données.

A cet effet, afin de répondre à notre problématique, nous allons faire appel à l'entretien, l'observation et la documentation comme outils de recueil d'informations qui semblent être les plus pertinentes et adéquates. Ainsi nous allons nous baser sur les mots et les faits rencontrés chez les acteurs concernés par l'étude, ainsi que l'organisation d'accueil pour arriver aux résultats souhaités.

1-6-1- La collecte documentaire

Nous ne pouvons aller nulle part sans une base solide, et la documentation demeure la base de tout travail de recherche. C'est la phase la plus importante. Elle nous permet d'intégrer complètement notre étude et de la comprendre. Notre étude a nécessité la consultation de plusieurs ouvrages, articles, textes de lois, sites web officiel d'organisme en relation avec

notre travail. La bibliothèque de notre école - l'école nationale supérieure de management « E.N.S.M », l'école des hautes études commerciales « E.H.E.C », sans oublier l'université « Abderrahmane Mira », de la Wilaya de Béjaia, ainsi que la bibliothèque en ligne de GOOGLE BOOKS, et plusieurs autres sites web, permettant d'accéder aux différents ouvrages.

Tous les documents consultés dans ce travail sont cités, et indiqués dans notre bibliographie.

1-6-2- Documentation interne

La DTA-Béjaia n'a pas seulement été notre lieu de stage. Nous avons saisi cette opportunité pour être orienté et nous documenter. Ainsi, nous avons étudié des documents relatifs à l'organisme d'accueil ; nous avons eu accès à tous les documents nécessaires pour répondre à nos besoins en matière d'informations (présentation de l'organisme, listes des hôtels, agence de voyages et du tourisme de la wilaya, objectifs du service investissement, listes des zones d'expansions touristiques, etc.).

1-6-3- Observation

Selon Larousse (2018), « *Action de regarder attentivement les phénomènes, les événements, les êtres pour les étudier, les surveiller, en tirer des conclusions, ...etc.* »

Tout au long de notre stage pratique, nous avons fait appel à cette méthode de recueil d'information qui est l'observation. Selon DE KETELE (1980) « *observer est un processus incluant l'attention volontaire et l'intelligence, orienté par un objectif terminal ou organisateur et dirigé sur un objet pour recueillir des informations* ».

Ainsi pour plusieurs chercheurs l'observation est considéré comme étant une phase d'exploration qui sera déboucher par un résultat et des hypothèses. Une technique de collecte de données assez simple, nous n'avons qu'à consigner et noter nos observations, mais selon DE KETELE, elle doit être de façon intelligente et orienté sur un objectif déterminé.

Enfin, étant stagiaires dans le service « investissement » de la Direction du Tourisme et de l'Artisanat nous a permis d'appliquer cette méthode qualitative « l'observation ». En effet, comme notre tuteur « Mr KACIMI Riyad » est responsable de l'investissement au niveau du service, travailler à ces côtés nous a permis de voir et d'observer de près les différents mouvements des entrepreneurs du secteur au sein de la direction, et d'en tirer des conclusions et des résultats importants pour notre travail de recherche.

1-6-4- Entretien

Selon J. Marie DE KETELE et Xavier ROEGIERS (2015), l'observation est un acte à sens unique, mais dans le cas d'une observation participante, l'observateur est aussi acteur, tandis que l'entretien est un acte de communication.

Selon le Petit Larousse (1988), l'entretien est défini comme « *L'entretien avec une personne pour l'interroger sur ses actes, ses idées, ses projets, afin d'en publier ou d'en diffuser le contenu, soit de l'utiliser à des fins d'analyse (enquête d'opinion)* ».

Ou encore, d'après Petit Robert (1984), « *L'entrevue au cours de laquelle un journaliste interroge une personne sur sa vie, ses projets, ses opinions, dans l'intention de publier une relation de l'entretien.* ».

Pour récolter un maximum d'informations sur les difficultés rencontrées chez les entrepreneurs dans le secteur du tourisme, nous avons eu recours à l'entretien. Ainsi, nous avons effectué des entretiens avec plusieurs entrepreneurs dans l'industrie du tourisme, ainsi que des professionnels de secteur.

a. Déroulement de l'entretien

Au cours de notre recherche, nous avons effectué plusieurs entretiens avec des entrepreneurs dans le domaine du tourisme, ainsi que des professionnels du secteur. Afin de bien mener notre enquête, nous avons opté pour des entretiens semi-directifs, sauf pour le responsable de l'investissement dans la wilaya de Béjaia qui était plutôt un entretien non directif.

En premier lieu, nous avons préparé un guide d'entretien spécialement dédié au professionnel du tourisme.

Grâce aux interventions riches en informations des interviewés, nous avons développé un guide d'entretien de qualité pour les entrepreneurs de secteur. Nous avons veillé à ce que les questions présentes dans le guide soient le plus claire et précis possible, afin que les interviewés puissent répondre dans la même ligne directive que notre problématique.

La durée moyenne de nos entretiens était de 15 minutes. Les entretiens ont été individuels. La majorité d'entre eux étaient réalisés en face à face, enregistrés grâce à un magnétophone ; le reste, à distance grâce à un appel téléphonique.

b. Guide d'entretien

Pour bien mener notre étude qualitative et de collecter le maximum d'informations à traiter, et à analyser, nous avons préparé deux (02) guides d'entretiens (voir annexe N°II-1 et N°II-2), le premier est destiné aux professionnels de secteur, et le deuxième, aux entrepreneurs, et ceux qui ont déjà investi dans le tourisme.

Entrepreneurs dans le tourisme interviewé :

- Acteur 1 : Mr. S.A, cadre retraité de l'ONAT et directeur propriétaire de l'agence de voyages et de tourisme AGHBALU TOUR situé à Béjaia ville. L'entretien s'est déroulé dans son agence, le 01 mai 2018 ;
- Acteur 2 : Mr. K.A, Gérant propriétaire de l'hôtel TABET situé à l'entrée de Béjaia ville. L'entretien s'est déroulé au sein de son hôtel, le 01 Mai 2018 ;
- Acteur 3 : Mr. G.M, Propriétaire de l'EURL Complexe GHARET, actuellement en construction, situé à Amizour Béjaia. L'entretien s'est déroulé dans son bureau situé au dit complexe, le 05 Mai 2018.
- Acteur 4 : Mr. B.A, l'entretien s'est déroulé par appel téléphonique le 09 Mai 2018.

Les professionnels du tourisme interviewés :

- Acteur 5 : Mr. K.R, Responsable de l'investissement au niveau de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Béjaia. L'entretien s'est déroulé au niveau de son bureau, le 24 Avril 2018 ;
- Acteur 6 : Mr. B.M, Secrétaire Général du Touring Club d'Algérie. L'entretien s'est déroulé par appel téléphonique le 13 Mai 2018

1-8- Analyse et traitement des données

Au cours des entretiens, nous avons pris des notes, en plus de l'enregistrement vocal avec autorisation de l'interlocuteur. Une fois terminé, nous les avons retranscrits sur ordinateur afin de les traiter et de les analyser.

Nous avons donc retranscrit et analyser les entretiens, et les avons classés selon les différentes rubriques présentes dans notre guide d'entretien.

Enfin, nous allons traiter ces données sur la base d'une triangulation entre les différentes sources utilisées dans notre étude : Documents, entretiens et observations, grâce auxquels nous allons constituer une réflexion et arriver aux résultats de notre étude.

1-9- Difficultés rencontrées

Lors de notre recherche, nous avons fait face à plusieurs difficultés, comme le choix d'un lieu de stage. En premier lieu, nous ne savions pas quelle entreprise pourrait répondre à nos besoins de recherche. Ensuite, nous avons trouvé des difficultés à avoir l'accord et l'autorisation de la direction de tourisme de la wilaya de Béjaia, ce qui a causé un retard pour le début de notre stage pratique. Enfin, nous noterons quelques difficultés en matière de collecte de données. Concernant la documentation, il a fallu nous déplacer à plus de 280 Km pour consulter des livres et articles, en plus du manque de la documentation sur notre thème. Quant aux entretiens, c'était difficile de prendre rendez-vous avec les entrepreneurs afin d'effectuer nos interviews, à cause de leur agenda overbooké. Et pour finir, la plus grande difficulté rencontrée était d'ordre méthodologique : comme nous avons opté pour une approche récente, il nous a fallu beaucoup de temps pour l'assimiler et l'appliquer comme il se doit.

Malgré ces difficultés, nous avons fait de notre mieux pour les surmonter et arriver à produire ce modeste travail, et d'aboutir à des résultats et des conclusions.

Section 2 : Présentation de l'entreprise d'accueil

Dans la section suivante, nous allons vous présenter la Direction du Tourisme et d'Artisanat de la Wilaya de Béjaia, et le service investissement.

1-1- Présentation de la direction du tourisme et d'artisanat – Béjaia, DTA-Béjaia

« Béjaia la cosmopolite, la tolérante, la coquette, la côtière, la touristique et l'historique région et capitale de la vallée de la Soummam, ville à vocation touristique depuis toujours, offrant d'énormes potentialités ... »¹

La Direction du Tourisme et de l'Artisanat de Béjaia dite DTA - Béjaia, a pour rôle de promouvoir les activités touristiques et culturelles dans la wilaya.

En général, la direction du tourisme et de l'artisanat comprend trois (03) services :

- Le service du tourisme ;
- Le service de l'artisanat ;
- Le service de l'administration et des moyens.

¹ Mots de Mr. L'ex-directeur de la direction.

Chaque service comprend du deux (02) à trois (03) bureaux (en fonction de la potentialité touristique de la wilaya, dans notre cas, La wilaya de Béjaia dispose de trois (03) bureaux pour chaque service).

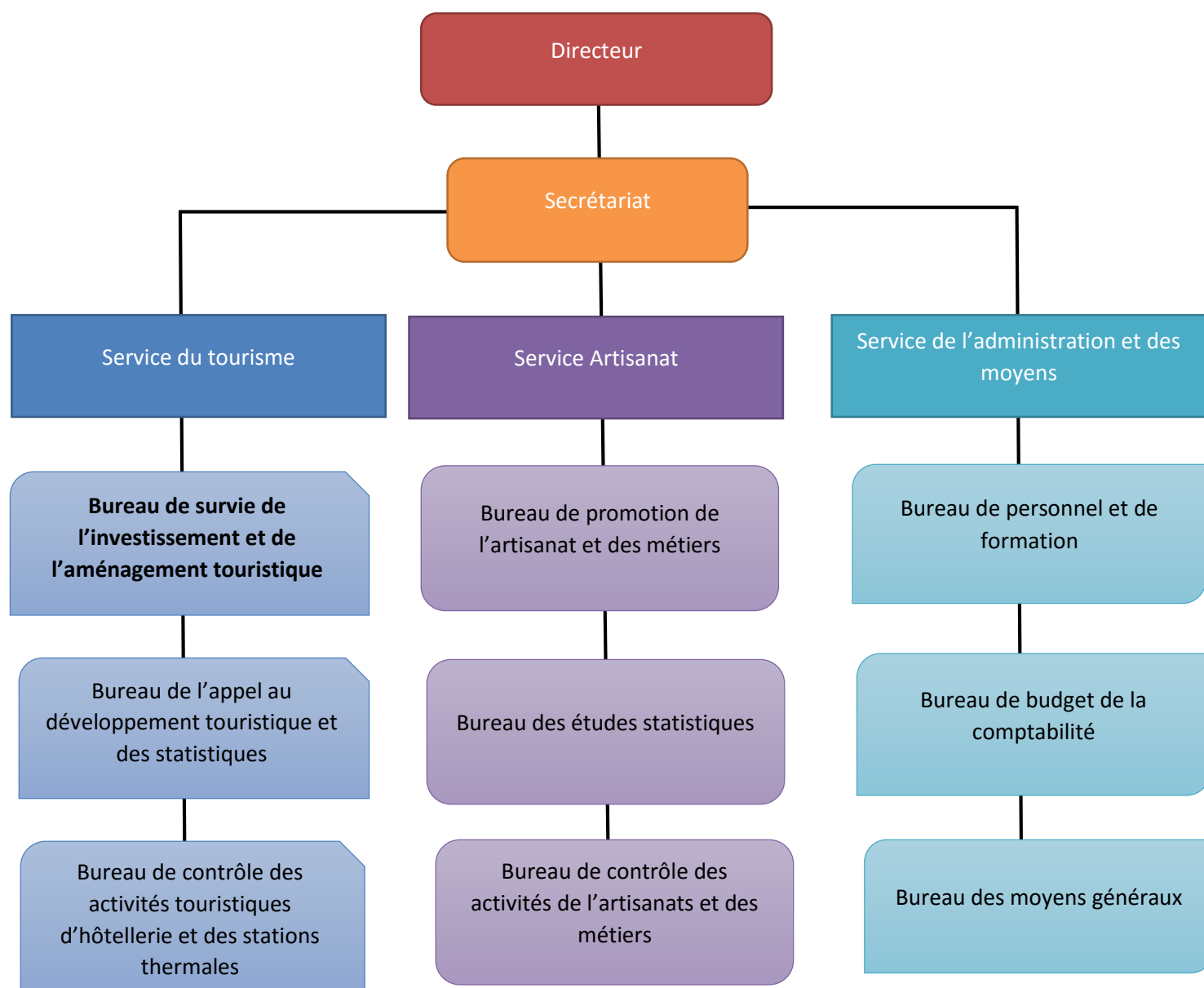
L'organisation des services de la DTA est fixée par arrêté conjoint du ministre chargé du tourisme et de l'artisanat, du ministre chargé des finances, ainsi que de ministre chargé des collectivités locales et de l'autorité chargée de la fonction publique.

1-2- Fiche informative sur la DTA-Béjaia

- ❖ **Nom de l'organisme** : Direction du tourisme et de l'artisanat – Béjaia
- ❖ **Etablissement public**
- ❖ **Directeur** : BCHIRI Mourad
- ❖ **Adresse** : Direction du tourisme, Bloc des 100 bureaux, siège de la Wilaya Béjaia
- ❖ **Code postal** : 06000
- ❖ **Wilaya** : Béjaia
- ❖ **Ville** : Béjaia
- ❖ **Téléphone** : 0 34 21 16 30
- ❖ **Fax** : 0 34 21 19 08
- ❖ **E-Mail** : dtabejaia06@gmail.com
- ❖ **E-Mail Administration** : administration@dtabejaia.com
- ❖ **E-Mail service tourisme** : tourisme@dtabejaia.com
- ❖ **E-Mail service Artisanat** : artisanat@dtabejaia.com
- ❖ **E-Mail service Investissement** : investissement@dtabejaia.com
- ❖ **Site web** : <http://www.dtabejaia.com/>

1-3- Organigramme de DTA

Figure N°6 : Organigramme de la direction du tourisme et de l'artisanat - Béjaia



Source : Direction du tourisme et de l'artisanat - Béjaia

1-3-1- Service Du Tourisme

Le Service du Tourisme est chargé :

- D'établir le plan directions annuel relatif aux activités touristiques ;
- D'initier toute mesure susceptible de créer un environnement favorable et incitatif au développement durable des activités touristiques locales ;

- De veiller au développement durable du tourisme à travers la mise en valeur de toutes les potentialités locales ;
- D'encourager l'émergence d'offres touristiques diversifiées et de qualité ;
- De mettre en œuvre les programmes et les mesures de promotion et de développement des activités de tourisme et de thermalisme et d'en évaluer les résultats ;
- De collecter, d'analyser et d'alimenter l'outil d'observation statistique du secteur en matière d'informations et de données statistiques relatives aux activités liées à l'économie du tourisme et du thermalisme et d'en assurer la diffusion ;
- De veiller à la conformité des activités touristiques et l'application des règles, normes et standards de la qualité édictée en la matière ;
- De contribuer à l'amélioration des prestations touristiques notamment celles ayant trait à l'hygiène, la protection de la santé et la sécurité liées à l'activité touristique,
- De veiller à la satisfaction des besoins et des aspirations des touristes en matière de bien-être, de détente et de loisirs ;
- D'assurer l'exécution des budgets d'équipement et de fonctionnement dans son volet touristique ;
- D'animer et d'encadrer les services extérieurs, les espaces intermédiaires et le mouvement associatif œuvrant dans le tourisme au niveau local ;
- De participer, en relation avec les secteurs concernés, à l'élaboration et à la mise en œuvre des actions de formation, de perfectionnement, de recyclage et de valorisation des ressources humaines ;
- De contribuer à l'élaboration du plan annuel et pluriannuel de développement du tourisme dans la wilaya ;
- D'établir les bilans d'activités trimestriels et annuels de l'activité touristique.

1-3-2- Service investissement

Le service investissement est chargé :

- De contribuer, avec les secteurs concernés, à la promotion du partenariat national et étranger, notamment dans les domaines de l'investissement et de la formation des ressources humaines ;
- Accompagner et aider les porteurs de projet dans leurs investissements ;

- Conseiller et orienter les entrepreneurs souhaitant investir dans le secteur du tourisme ;
- D'intégrer les activités touristiques dans les instruments d'aménagement du territoire et d'urbanisme et la valorisation des zones et des sites d'expansion touristique ;
- D'orienter et de suivre, en liaison avec les organismes concernés, les projets d'investissement touristique ;
- D'assurer le suivi de la mise en œuvre des opérations de soutien au titre du fonds d'appui à l'investissement, à la promotion et à la qualité des activités touristiques ;
- De participer à l'élaboration et à la mise en œuvre des financements des activités touristiques par les fonds du sud et hauts plateaux.



Chapitre 3

Présentation et discussion des résultats



Chaque étude théorique a besoin d'être complétée par un appui pratique. Dans ce dernier chapitre, nous allons vous présenter les résultats de notre étude qualitative, nous allons analyser les différents entretiens effectués lors de la collecte de données, ainsi que nos observations. Enfin, nous allons essayer de proposer des suggestions et recommandations afin de trouver des solutions aux difficultés rencontrées selon les entrepreneurs interviewés.

Section 1 : Présentation des résultats de l'étude qualitative

Afin de traiter et analyser nos données collectées, nous allons d'abord commencer par séparer cette section en deux parties. La première, pour analyser les entretiens des entrepreneurs, et la deuxième partie, pour les entretiens avec les professionnels en tourisme, tout en combinant nos entretiens avec nos observations. Ensuite, nous allons analyser chaque partie selon les catégories présente dans notre guide d'entretien.

1- Présentation des résultats de l'étude qualitative concernant les entrepreneurs du tourisme

Comme présents dans notre guide d'entretien (voir annexe N°II-1), nous allons analyser nos interviews selon les catégories suivantes :

- Profil de l'entrepreneur ;
- Investissements touristiques ;
- Contraintes rencontrées.

1-1- Caractéristiques des entrepreneurs

Les caractéristiques d'un entrepreneur sont variées : opportuniste, confiance en soi, déterminant, preneur de risque ...etc. Le tableau suivant nous montre les profils des différents entrepreneurs interviewés pendant notre enquête d'après l'étude théorique que nous avons effectuée dans le premier chapitre. Nous allons prendre comme variable **le profil des entrepreneurs**. Nous avons souligné deux types de caractéristiques (**voir page 11**) :

- **Démographique** : Selon **J. Frank** (2016), Par démographique, il voulait dire l'impact des critères démographiques dans le choix de carrière d'un entrepreneur.
- **Psychologique** : Selon le même auteur, il voulait dire par ici, les « traits » psychologique pourront différencier les entrepreneurs, exemple : Autonome, indépendant, leaders ...Etc.

Tableau N°5 : Profils des entrepreneurs que nous avons interviewés pendant notre enquête

Acteurs	Caractéristiques	Explications
Acteur 1: Mr. S.A (suite Mr. S.A)	Démographique	Mr. S.A peut-être considéré comme étant un entrepreneur conservateur, étant un retraité, il ne cherche plus à investir dans d'autre entreprises. D'après nos observations, nous avons remarqué qu'il privilégiait la sécurité et un salaire stable.
	Psychologique	Les traits psychologiques que nous pouvons attribuer à cet entrepreneur sont : - Contrôle du destin ; - Indépendant - Débrouillards.
Acteur 2 : Mr. K.A	Démographique	Mr. K.A, Héritier d'une entreprise familiale, nous pouvons aussi le classer comme entrepreneur conservateur. D'après nos observations, nous avons remarqué qu'il souhaite améliorer l'entreprise familiale avant d'investir dans d'autres projets.
	Psychologique	Les traits psychologiques que nous pouvons attribuer à cet entrepreneur sont : - Le besoin d'accomplissement ; - Esprit inventif ; - Confiance en soi ; - Optimiste ; - Preneur de risque modéré.
Acteur 3 : Mr. G.M	Démographique	Mr. G.M est plutôt du type persévérant et preneur de risque, étant un homme à l'âge de cinquante toutes les portes sont ouvertes pour lui, il a investi dans plusieurs projets avant. Il n'a aucune expérience dans le tourisme, mais il souhaite découvrir le

Suite (Mr. G.M)		secteur. D'après ce que nous avons remarqué, il donne beaucoup d'importance au retour d'expérience. <i>« J'ai participé à plusieurs projets, concernant le retour d'expérience, oui y a eu des retours, tout dépendait du projet en question, y a eu des retours d'expérience dans le domaine technique, gestion, y auna certain sur le point humain et c'est très important. »</i> Souligne Mr. G.M
	Psychologique	Les traits psychologiques que nous pouvons attribuer à cet entrepreneur sont : - Leader ; - Confiance en soi ; - Optimiste et créateur ; - Preneur de risque ; - Autonome et indépendant ; - Persévérant ; - Flexible.
Acteur 4 : Mr. B.A	Démographique	Mr. B.A, peut être comparé à l'acteur 3, presque la même tranche d'âge, le même sexe, toutes les portes sont ouvertes lui aussi, il prend les risques toute en étant déterminé et confiant.
	Psychologique	Les traits psychologiques que nous pouvons attribuer à cet entrepreneur sont : - Leader ; - Confiance en soi ; - Optimiste et créateur ; - Preneur de risque ; - Autonome et indépendant ; - Persévérant ;

		- Argent comme mesure de performance ; - Flexible.
--	--	--

Source : Par nous-même

Remarque : Nous remarquons une différence entre les deux (02) premiers entrepreneurs (acteur 1 et 2) ET les (02) deux derniers (acteur 3 et 4). D’abord, les deux (02) premiers sont plus conservateurs et sont satisfaits de ce qu’ils ont, tandis que les deux autres cherchent toujours à augmenter leur bien. Ensuite, les deux premiers ont qu’un seul investissement est dans le secteur du tourisme, tandis que les deux autres ont plusieurs investissements dans différents secteurs, et sont en train d’investir et découvrir un nouveau secteur celui du tourisme.

1-2- Investissements touristiques

« Le tourisme c’est une opportunité qu’il faut saisir, y a l’Etat qui nous pousse à ça, elle nous donne des terrains dans le cadre de CALPIREF, des terrains pour réaliser des projets de ce genre (Hôtel). » Déclare Mr. G.M

La variable que nous allons étudier dans ce point est **la motivation des entrepreneurs**.

Les catégories de résultat que nous avons utilisées sont les types de motivation (**voir tableau N°6**) :

- Régulation introjectée ;
- Régulation identifiée ;
- Régulation intégrée.

1-2-1- Projets touristiques des entrepreneurs interviewés

Comme présent dans le premier chapitre, entreprendre en tourisme est une opportunité qu’il faut saisir, voici les investissements touristiques des entrepreneurs que nous avons interviewé durant notre enquête :

- **Acteur 1**, Propriétaire d'une agence de voyages et du tourisme, pour lui, elle n'est pas considérée comme étant un investissement touristique dû à la taille de l'entreprise (petite entreprise), et les ressources limitées (input et output).

« Ce n'est pas vraiment un projet important côté investissement » Souligne Mr. S.A

- **Acteur 2**, Propriétaire d'un hôtel familial hérité par son père, la touche entrepreneuriale de ce dernier est le fait de refaire l'aménagement total de son hôtel en diversifiant l'offre avec l'ouverture de plus nouvelles attractions et services.
- **Acteur 3**, Propriétaire d'un hôtel en construction actuellement (Mai 2018), il s'est vu attribuer un terrain dans le cadre de CALPIREF, MR. G.M n'a pas hésité à se lancer dans un projet touristique à lourd investissement.
- **Acteur 4**, Propriétaire d'un hôtel, et d'un service de full catering de la gestion d'une base de vie dans la ville de pétrole « HASSI MASSAOUD ». MR. B.A est en cours d'achat d'un hôtel, selon lui, c'est le plus grand hôtel à HASSI MASSAOUD.

1-2-2- Les raisons d'investissements dans le tourisme

Les raisons d'investissements dans le secteur du tourisme ne défèrent pas d'un entrepreneur à un autre, le tourisme est vu comment étant un secteur d'avenir et un secteur prometteur, et comme c'est un marché émergeant en Algérie, ils veulent profiter de potentiel économique qu'il peut proposer.

« La wilaya de Béjaia est une ville côtière et touristique, il s'est vu (son père) investir dans un hôtel, déjà que les hôtels faisaient rares pendant les années quatre-vingt-dix (1990), en plus c'est un commerce rentable » Déclare Mr. K.A

1-2-3- Les éléments déclencheurs

Les éléments déclencheurs ne sont pas les mêmes, chaque entrepreneur à ces raisons de se lancer dans le tourisme :

- **Pour l'acteur 1**, il n'a pas répondu à notre question, il était convaincu que l'agence de voyages et du tourisme ne devraient pas être considéré comme un investissement touristique, selon lui *« quand on parle d'investissement touristique, on parle de grandes chaines d'hôtel ...Etc. »*.

- **Pour l'acteur 2**, il s'est permis de parler en nom de son père qui est mort, pour lui, l'élément déclencheur qui avait poussé son père à investir dans le tourisme, c'est l'opportunité que les conditions des années quatre-vingt-dix (1992) lui offraient. En plus, le fait que son père travaillait dans la restauration en France, qu'il souhaite investir dans son pays, et que le tourisme était la meilleure solution.

« Au moment d'investir dans cet hôtel j'étais jeune, mon père avant, dans les années 80 nous disait qu'il voulait investir dans son pays, avant il était en France ensuite Alger, il travaillait dans la restauration, c'était son domaine » Mr. K.A

- **Pour l'acteur 3**, c'est l'Etat qui veut encourager le tourisme, donner un élan à ce secteur, pour lui, il fallait profiter de cette occasion, avoir l'appui de l'Etat, ça va faciliter les tâches de lancement de projet et de son exploitation.
- **Pour l'acteur 4**, C'était beaucoup plus par envie d'explorer de nouveau horizon.

« J'ai fait connaissance avec plusieurs amis de secteur, ça m'a donné envie d'investir. »
Souligne Mr. B.A

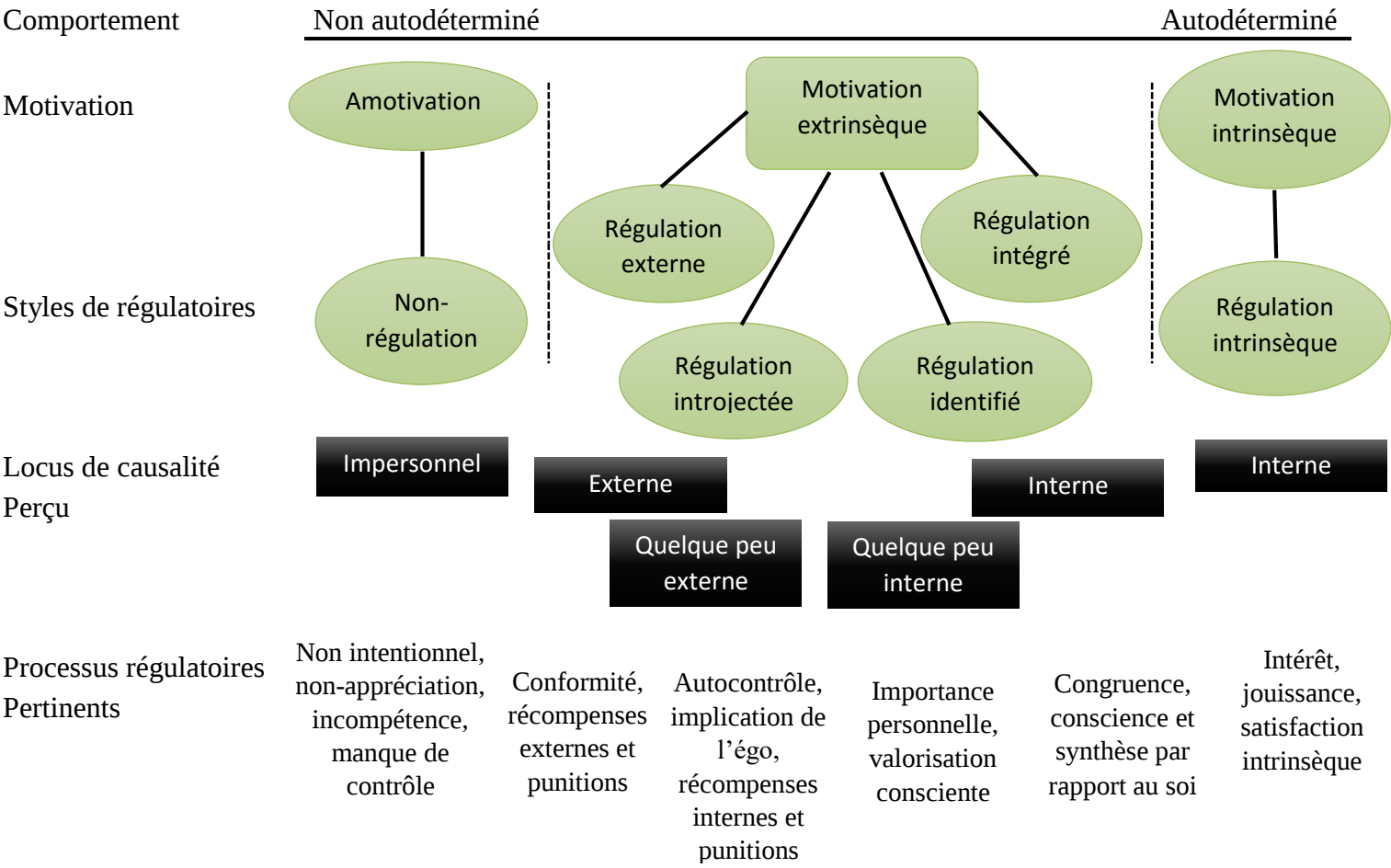
1-2-4- Investir à nouveau dans le tourisme

La motivation peut être considérée comme l'un des éléments les plus importants pour le déclenchement d'une action entrepreneuriale, nous remarquons que la motivation des quatre interviewés est généralement la même « Profiter de marché du tourisme étant prometteur et que l'Etat Algérien encourage les entrepreneurs à investir dans ce secteur ».

Selon nos observations au cours de nos entretiens, nous avons remarqué que **l'acteur 1** était moins motivé que les autres par rapport au fait d'investir dans le tourisme. Sa réponse était claire quand nous lui avons demandé s'il souhaitait investir à nouveau dans le tourisme, « *Non, je ne pense pas* » Répond Mr. S.A.

Contrairement à **l'acteur 1**, les autres n'ont pas hésité pour m'affirmer leur volonté à investir à nouveau dans le tourisme, la motivation était présente durant l'interview.

Figure N°7 : Le continuum de l'autodétermination montrant les types de motivation



Source : JohnMarshall REEVE (2017)

En suivant la figure précédente, nous allons tenter de classer les entrepreneurs selon la motivation qu’il leur correspond avec explication.

Remarque : Notre classification se fait selon notre observation durant l’entretien

Tableau N°6 : tableau récapitulatif de la motivation de chaque entrepreneur durant notre entretien avec eux

Acteurs	Type de motivation	Explication
Acteur 1	Régulation introjectée	L’acteur 1, d’après mes observations est plutôt de type régulation introjectée, étant cadre retraité de l’ONAT il se voyait obliger à rester dans le tourisme sans pour autant faire un grand investissement, selon REEVE

		John Marshall (2017), la motivation de la personne se fait par la culpabilité et la tyrannie des « Il faudrait que ».
Acteur 2	Régulation identifiée	L'acteur 2, est du type identifié, l'auteur J.M REEVE (2017), explique que ce type de motivation s'applique sur les personnes autodéterminées, ils acceptent volontairement le bien-fondé, Mr. K.A reçoit l'hôtel par héritage de son père, et il accepte de le travailler, et de l'aménager d'abord avant d'aller investir dans d'autre projets, et faire de tourisme son métier par héritage. <i>« À force de travailler donc ici (hôtel), c'est devenu ma maison, ma profession, ma passion, je ne peux plus travailler dans un autre domaine. »</i> Exprime Mr. K.A
Acteur 3 (Suite acteur 3)	Régulation intégrée	L'acteur 3, selon mes observations, est la parfaite personne pour expliquer la régulation intégrée, selon J.M REEVE (2017), elle constitue le type le plus autodéterminé de la motivation, il est conscient et confiant de ce qu'il est en train de faire.
Acteur 4	Régulation intégrée	Pareil que l'acteur 3 , l'acteur 4 fonce dans ses projets avec toute conscience et confiance en soi.

Source : Par nous-même

CR- Contraintes rencontrées

Afin de comprendre les différentes contraintes auxquelles est confronté un entrepreneur en tourisme. Nous avons choisi comme variable **les contraintes rencontrées**.

Et les catégories de résultat sont :

- **Contraintes personnelles** : L'idée de départ peut être considéré comme une contrainte, et la motivation de vouloir mener son idée jusqu'au bout.
- **Contraintes Juridico-administratives** : La lenteur des procédures de traitement de dossier est l'une des contraintes les plus fréquentes en Algérie, même le secteur du tourisme est victime.
- **Contraintes financières** : La phase la plus importante dans un projet celle de financement, c'est aussi la contrainte majeure qu'un entrepreneur peut rencontrer sur son chemin.

CR1- Contraintes personnelles

Dans le cadre théorique, nous avons souligné l'importance de l'idée, ainsi que la motivation, c'est le début de tout projet, comme ça peut être le point mort, un ralentisseur et un retardateur au lancement d'un projet.

CR1-1- Idée :

Pour les entrepreneurs interviewés l'idée était présente pour certains, et imposées pour d'autres, grâce aux observations et analyses de notre entretien nous arrivons à la conclusion suivante :

- **L'acteur 1** : Pour Mr. S.A, l'idée était présente avant même de prendre sa retraite, le chemin était tracé depuis le début, et la motivation était présente avec.
- **L'acteur 2** : Pour Mr. K.A, l'idée est plutôt imposée voire héritée par son père, actuellement il est amoureux de secteur, et cherche d'autre idée afin d'investir dans le tourisme à nouveau.
- **L'acteur 3** : Pour Mr. G.M, l'idée est aussi imposée. Le terrain qu'il a eu grâce au service d'aide à l'investissement ex-CALPIREF était destiné à un projet touristique.
- **L'acteur 4** : Pour Mr. B.A, il est allé chercher l'idée, propriétaire d'un hôtel en plus, d'un full catering, il a eu l'idée d'élargir ses parts de marché avec l'achat d'un nouvel hôtel.

CR1-2- Motivation :

La motivation au moment d'investir est très importante, c'est grâce à elle que votre projet peut aller au bout, la motivation peut se traduire par le fait d'avoir confiance en vous, en vos capacités mais plus important confiance en votre projet.

L'acteur 1 et l'acteur 4 ont eu l'idée de projet, automatiquement la motivation vient avec, ils étaient déterminés depuis le début. Contrairement, aux **acteur 2 et 4**, qui ont hérité de l'idée, la motivation serait plus difficile à venir, au début elle était absente selon Mr K.A « on était beaucoup plus démotivé pour le manque d'aide ». Mais d'après nos observations, et notre entretien nous avons remarqué qu'ils étaient autant déterminés que les deux premiers ensuite.

« Non, je n'étais pas vraiment démotivée, je savais que c'était une affaire en or, même si on est un peu en retard, et que le temps c'est de l'argent, mais je suis déterminé. » Nous répondons Mr. B.A avec détermination.

Après avoir analysé ces deux points nous sommes arrivés à la conclusion suivante : L'idée et la motivation peuvent être un obstacle entre un entrepreneur et son projet, car sans idée ne nous aurons pas de projet, et sans motivation nous allons pas avancer dans notre projet.

CR2- Contraintes juridico-administratives

L'aspect juridique et administratif viennent en deuxième place dans un processus entrepreneurial, après avoir trouvé l'idée et la motivation, la deuxième étape de processus se lance.

CR2-1- Contraintes juridiques

L'aspect juridique tourne beaucoup plus sur les agréments et les licences d'exploitations, ainsi que les conditions dont le projet devrait répondre vis-à-vis à la loi.

Pour nos interviewés l'aspect juridique n'était pas vraiment une contrainte, sauf pour **l'acteur 2**, qui nous a expliqué qu'avant c'était difficile d'avoir une licence d'exploitation, et que l'Etat préférerait avantager les établissements touristiques étatiques.

« Oui, aux années 1990, mon père a souffert, au moment d'ouverture, on ne voulait pas nous donner de licence, à l'époque en 1988, c'était le gouvernement qui voulait lancer le tourisme,

ils ont beaucoup plus opté pour l'étatique, au lieu de nous faciliter les tâches. » Déclare Mr. K.A

En conclusion, l'Etat a fait d'énormes progrès depuis les années (90) quatre-vingt-dix, actuellement l'Etat encourage davantage le tourisme.

« Aucune difficulté, aucune entrave, tout était clair et net, on suivait juste les démarches données par le ministère » Explique Mr. S.A.

Maintenant, l'Etat accompagne et encourage l'entrepreneur pendant ces démarches entrepreneuriales d'après nos interviewés.

CR2-2- Contraintes administratives

L'aspect administratif tourne sur l'accompagnement de l'administration publique envers l'entrepreneur durant ces démarches entrepreneuriales. Ainsi le rôle de l'administration chargée du tourisme est d'orienter et de conseiller les entrepreneurs sur les papiers nécessaires, en plus, de traitement des dossiers afin d'attribuer les licences et les agréments.

Durant nos entretiens, les différents entrepreneurs interviewés ont exprimé leur malaise vis-à-vis à l'administration chargée du tourisme, et trois quarts des interviewés (75%) ont souligné la lenteur des procédures de remise de licence et d'agrément.

« Mais juridiquement on va dire que ça va, à part la lenteur ça va » Souligne Mr. G.M.
« A part, la lenteur des procédures, je trouve qu'ils mettent beaucoup de temps pour un simple accord de principe, faut attendre plus d'une année pour enfin avoir l'agrément et commencer à travailler. » Confirme Mr. S.A.

CR3- Contraintes financières

Pour certains, le financement est la partie la plus importante dans un processus entrepreneurial, c'est l'âme d'un projet entrepreneurial, dans le cadre théorique (**à partir de la 29^{ème} page**) nous avons expliqué les différentes solutions de financement.

Dans cette partie, nous allons parler de deux types de financement, les fonds propres, et le crédit bancaire, voici un petit tableau récapitulatif expliquant la méthode de financement effectuée par les entrepreneurs interviewés :

Tableau N°7 : tableau récapitulatif expliquant la méthode de financement effectuée les entrepreneurs interviewés

Acteurs	Méthode de financement	
	Fonds propres	Crédit bancaire
Acteur 1 (Mr. S.A) AVT	⊗	
Acteur 2 (Mr. K.A) Hôtel	⊗	⊗
Acteur 3 (Mr. G.M) Hôtel	⊗	⊗
Acteur 4 (Mr. B.A) Hôtel	⊗	⊗

Source : Par moi-même

Nous remarquons dans ce tableau la présence de fonds propres comme méthode de financement chez tous les acteurs, et la présence de crédits bancaires seulement pour les investissements en hôtellerie.

Le financement est une contrainte présente chez 75% des interviewés, les fonds propres ne suffisent pas pour financer les projets d'hôtellerie.

Le crédit bancaire et l'accompagnement financier présentent un vrai problème à régler depuis les années 1990, d'après les acteurs faisant appel à cette solution de financement n'ont pas arrêté de se plénier, l'acteur 2 a témoigné sur les années 1990.

« Oui, justement voilà, la difficulté réside ici, on a eu des problèmes pour avoir un crédit bancaire » Déclare Mr. K.A avant de continuer par « on s'est vu obliger à faire appel à des interventions ».

Maintenant en 2018, le problème réside toujours, l'Etat passe inaperçu sur ce point.

« Il n'y a pas coordination et synchronisation entre les banques et l'état et les différentes institutions pour que les banques financent ces projets, chacun évoque son chemin. » Déclare Mr. G.M

Pour l'acteur 3, l'Etat distribue des terrains pour des fins d'investissement, et elle ne fait aucun effort afin de mettre en relation et en coordination les banques et les investisseurs pour faciliter le financement de l'investissement.

Pour l'**acteur 4**, le taux de participation des banques Algériennes dans l'attribution des crédits bancaires est trop faible, contrairement au banque étrangère.

« Je n'ai pas choisi une banque algérienne parce que le taux de participation est trop faible, tandis qu'en France elle atteint jusqu'à 95% contre 75% en Algérie. » Témoigne Mr. B.A

En conclusion pour cette partie, l'aspect financier représente la contrainte majeure chez les investisseurs qui souhaitent découvrir le marché du tourisme, suivi par la lenteur administrative, et l'absence de motivations et d'idée dans certains cas.

Tableau N°8 : Tableau récapitulatif des résultats obtenus

Entrepreneurs	Caractéristiques de l'entrepreneur	Investissements touristiques	Type de motivations	Contraintes rencontrées
Acteur 1	Conservateur, Contrôle du destin, indépendant, débrouillards.	Agence de voyages et du tourisme	Régulation introjectée	- Lenteur des procédures
Acteur 2	Conservateur, besoin d'accomplissement, esprit inventif, confiant, optimiste, risquer.	Hôtel hérité par son père.	Régulation identifiée	- L'idée - Motivation - Obtention de crédit bancaire
Acteur 3	Persévérant, leader, confiant, optimiste, risquer, autonome, flexible.	Hôtel à lourd investissement	Régulation intégrée	- L'idée - Motivation - Lenteur des procédures - Absence de coordination entre Etat, Banque et entrepreneurs
Acteur 4	Leader, persévérant, confiant, optimiste, risquer, indépendant, persévérant, argent comme mesure, flexible.	Achat d'un hôtel important à HASSI MASSAOUD	Régulation intégrée	- Lenteur des procédures - Taux de participation des banques Algériennes trop faible.

Source : Par moi-même

2- Présentation des résultats de l'étude qualitative concernant les professionnels du tourisme

Après avoir traité nos entretiens avec les entrepreneurs, nous allons étudier les réponses des professionnels du tourisme sur notre deuxième guide d'entretien (voir annexe N°II-2), afin de comparer les résultats et d'essayer de répondre à notre problématique de départ.

2-1- Profil des interviewés

Avant de commencer l'analyse de cette deuxième partie de l'entretien, nous allons vous présenter le profil des interviewés

Tableau N°9 : Profil des professionnels du tourisme interviewé

Désignation	Fonction	Expérience dans le tourisme
Acteur 5 (Mr. K.R)	Responsable investissement à la DTA-Béjaia	Plus de 10 ans d'expérience
Acteur 6 (Mr. B.M)	Secrétaire général au TCA	Licence en gestion hôtelière et touristique à l'école nationale supérieure du tourisme, plus d'une dizaine d'expérience

Source : Par moi-même

CR- Contraintes rencontrées

Dans cette deuxième partie nous allons analyser les résultats des interviews effectués avec les professionnels du tourisme, la variable de cette étude est : **Contraintes rencontrées** durant le processus entrepreneurial.

Afin d'analyser cette variable nous allons traiter les catégories de résultats suivantes :

- Contraintes personnelles ;
- Contraintes juridico-administrative ;
- Contraintes financière.

CR1- Contraintes personnelles

CR1-1- Idée

Selon **B. François** (2014), Tout commence par une idée, qui est un prérequis, une condition nécessaire pour la création d'entreprise. Pour **l'acteur 5**, l'idée peut être considérée comme une contrainte si nous souhaitons innover. Pour **l'acteur 6**, l'idée est la première pierre d'un projet, nous devons commencer par elle, donc automatiquement elle est considérée comme étant une contrainte.

CR1-2- Motivation

« L'idée est comme la graine qu'on plante dans la terre, et la motivation c'est l'eau avec lequel nous l'arrosant pour voir cette plante grandir. » Explique Mr. B.M

Pour **l'acteur 1**, la démotivation peut être un handicap qui vous force à abandonner.

« Pour les bons investisseurs, certains désistent à force qu'ils n'arrivent pas à obtenir le permis de construire, ils sont démotivés » Déclare Mr. K.R, avant de continuer par « Je connais même deux, trois hôtels qui sont démotivés, ils ne vont pas tarder pour fermer. »

Pour **l'acteur 2**, la motivation n'est pas importante, mais elle est capitale, il ne suffit pas d'avoir une idée pour se lancer dans une action entrepreneuriale.

En conclusion, pour les deux acteurs l'idée et la motivation sont essentielles, et leur absence peut être considérée comme une contrainte.

CR2- Contraintes juridico-administratives

CR2-1- Contrainte juridique

Pareil que les entrepreneurs, les professionnels du tourisme n'ont évoqué aucune contrainte au niveau juridique.

CR2-2- Contrainte administrative

Au niveau administratif, de nouvelles contraintes ont été signalé. D'après **l'acteur 1**, d'abord, l'administration du tourisme connaît un problème au niveau de critères de sélection, c'est-à-dire tout le monde peut accéder aux assiettes de terrain destiné au tourisme, sans pour autant répondre aux conditions financières, ni à l'expérience dans le domaine.

« Certains de ces investisseurs n'ont pas la capacité financière, pour l'expérience dans le domaine je sais pas, et je pense que c'est la principale contrainte, c'est que n'importe qui peut investir. N'importe qui peut demander un terrain dans le cadre d'investissement dans le tourisme » Témoigne le responsable d'investissement de la DTA-Béjaia.

Ensuite, d'après l'**acteur 1** toujours, l'attribution des terrains se fait dans un cadre désorganiser, il doit y avoir un plan d'aménagement à suivre, autrement dit, si l'administration attribue un tel terrain, ce qu'il est destiné pour un hôtel par exemple, l'investisseur doit construire un hôtel de ce terrain alors, s'il souhaite construire un aqua-parc, l'administration va lui attribuer un terrain destiné à une telle activité.

« Ce genre de chose doit se faire dans un cadre organisé, d'après un plan d'aménagement, c'est-à-dire les assiettes attribuées à ces investisseurs seront établies suivant un plan, un terrain qui est déjà prêt à accueillir un projet touristique, les nombres de lits et tout seraient définis » Explique Mr. K.R

Enfin, le permis de construire, l'administration chargée du tourisme, en présence de plusieurs autres organismes (**voir page 28**) étudiés un dossier déposé par un investisseur pour une demande de terrain au cours d'une commission officielle. Dans le cas où la commission décide d'attribuer le terrain à l'investisseur, ce dernier doit demander un permis de construire afin de commencer la construction de son établissement. La demande de permis de construire se fait de la même manière que la demande de terrain, l'investisseur dépose le même dossier qui serait traiter par la même commission, malheureusement, d'après l'**acteur 1**, la même commission qui a accepté de lui accorder le terrain, refuse de lui accorder un permis de construire pour des raisons pas évidentes.

« Rien que l'obtention de terrain se fait par la présentation d'un dossier graphique, les plans et tout, donc, vous lui donnez un terrain c'est-à-dire vous acceptés son investissement, après il va vous présenter le même plan pour la demande de permis de construire, et vous n'allez pas lui accorder, c'est incohérent » Témoigne le responsable investissement du la DTA-Béjaia, avant de continuer par *« généralement c'est à cause de l'environnement, de la direction des forêts et des fois de la protection civile, alors que ces derniers étaient partie prenante avec nous, au moment de l'attribution de terrain, ils donnent leur accord, au moment de demande de permis de conduire, ils refusent, le problème c'est même dans les*

zones d'expansion touristiques avec l'appui de l'APW et tout, je ne sais pas exactement d'où vient ce dysfonctionnement ».

Pour l'**acteur 2**, il évoque un autre point, celui d'un personnel non qualifié, d'après le secrétaire général du Touring club d'Algérie, les personnes qui travaillent dans l'administration chargée du tourisme ne prennent pas au sérieux et de manière efficace leur travail, ce qui cause le problème de la lenteur et lourdeur des procédures. Il ajoute aussi que l'Etat algérien a déployé plusieurs facilitations pour les investisseurs, malheureusement, elles ne sont pas encore appliquées.

« L'Algérie en terme d'investissement touristique a mis beaucoup de facilitation, y a beaucoup d'aide malheureusement ça reste dans la théorie, dans la pratique y a beaucoup de difficulté » Souligne Mr. B.M

CR3- Contraintes financières

L'argent a toujours été la principale contrainte dans quelconques investissements, dans l'analyse précédente de nos entretiens avec les entrepreneurs, l'aspect financier était signalé comme étant la contrainte majeure, les professionnels du tourisme n'ont pas hésité à nous partager d'autres contraintes.

« Une fois que l'entrepreneur a son permis de construction, il trouve beaucoup de mal, à trouver un crédit bancaire, ou un accompagnement d'une banque, vu que les banques ne sont pas trop intéressées par rapport aux investissements touristiques, parce que déjà pour rembourser c'est à longue durée, et l'amortissement d'un hôtel qui dépasse les 15 ans »
Déclare Mr. R.K

D'après l'**acteur 1**, les entrepreneurs ont des difficultés à avoir de crédit bancaire parce que l'hôtel est un investissement à long terme, et les banques ne sont pas intéressé.

L'**acteur 2**, tenez à nous parler d'une autre contrainte, celle de manque d'information et de statistiques récentes et fiables dans le domaine du tourisme, pour lui ce manque d'informations peut causer une lenteur dans le traitement des dossiers d'attribution de crédit, ce qui nous mènera à un ralentissement sur le taux d'avancement des projets touristiques.

En conclusion, grâce aux riches interviews que nous avons menées avec ces professionnels du tourisme, nous sommes arrivés à souligner plusieurs nouvelles contraintes, notamment dans l'aspect administratif et financier.

Tableau N°10 : Tableau récapitulatif des résultats obtenus

Acteurs	Fonction	Contraintes rencontrées chez les entrepreneurs en tourisme
Acteur 5	Responsable investissement à la direction du tourisme	- Idée innovante - Motivation - Attribution des terrains sans étude - Absence de critères de sélection des investisseurs - Difficulté d'attribution de permis de construire - Investissement touristique, lourd investissement à rembourser.
Acteur 6	Secrétaire général de Touring Club d'Algérie	- Idée - Motivation - Lenteur des procédures - Personnel administratif non qualifiée - Manque d'informations et statistiques pour convaincre les banques - Investissement touristique, lourd investissement à rembourser

Source : Par moi-même

Section 2 : Mise en relation résultats obtenus et suggestions

Dans cette deuxième et dernière section, nous allons tenter de répondre à notre problématique de départ, nous allons mettre en relation les résultats obtenus dans la première section de ce chapitre, ensuite nous allons exposer nos recommandations et suggestions. A ce titre, nous rappellerons que la question centrale de notre recherche se formule de la manière suivante :

Quelles sont les principales contraintes que peuvent rencontrer les entrepreneurs qui souhaitent exercer dans le secteur du tourisme ?

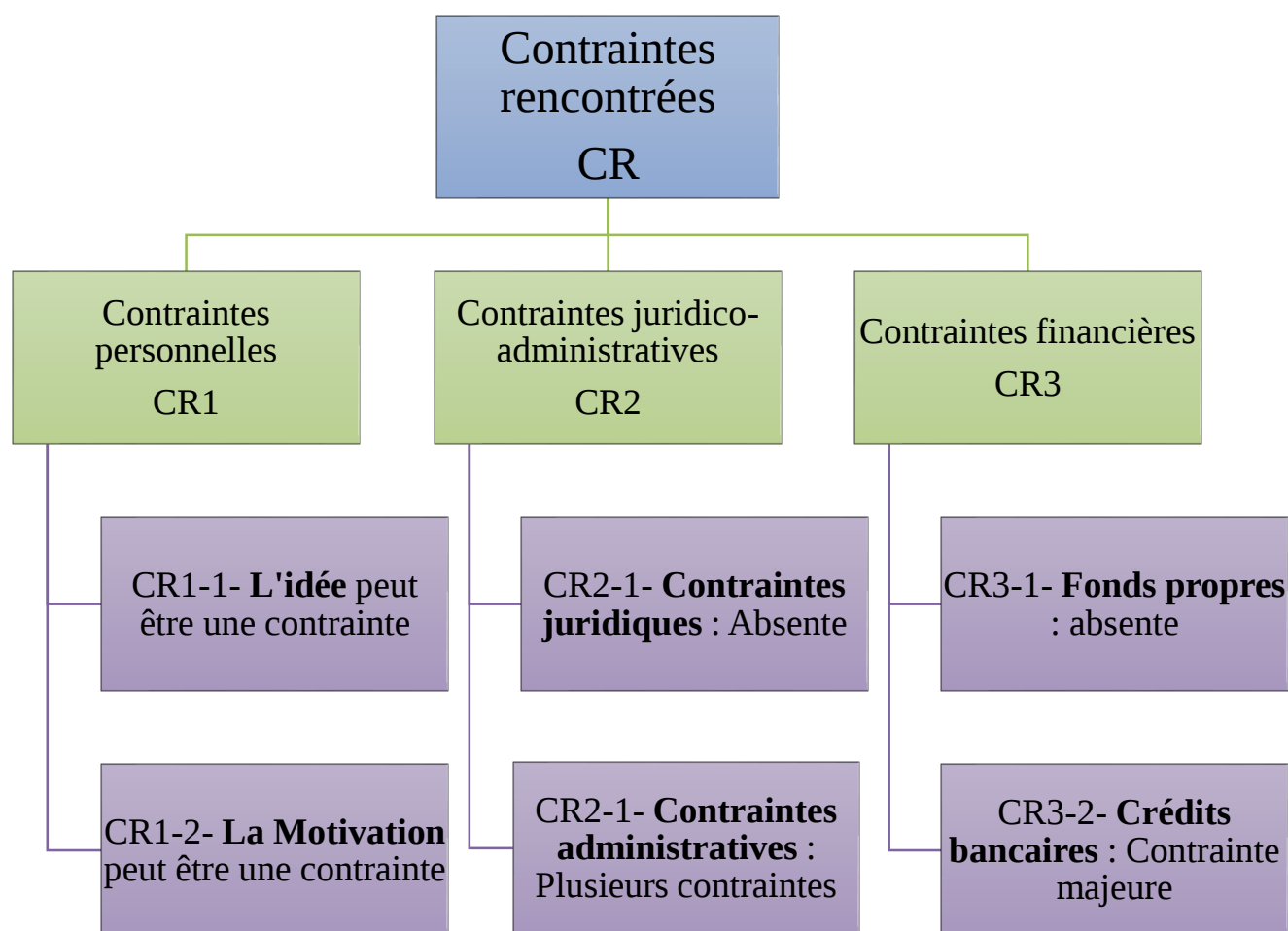
1- Mise en relation des résultats obtenus

Afin de répondre à notre problématique, nous avons choisi de centrer nos entretiens sur les contraintes que les entrepreneurs en tourisme peuvent rencontrer.

CR- Contraintes rencontrées

En analysant nos données collectées ainsi que nos observations, nous avons constaté que les contraintes qu'un entrepreneur peut rencontrer au moment d'investir dans le secteur du tourisme peuvent être présentées comme suivant :

Figure N°8 : Les contraintes rencontrées par les entrepreneurs au moment d'investir dans le tourisme selon les professionnels du tourisme interviewés



Source : Par moi-même

CR1- Contraintes personnelles

CR1-1- L'idée peut-être une contrainte, pourquoi ?

Un projet entrepreneurial commence toujours par une idée, mais une idée qui n'existe pas avant, une idée qui peut rendre votre projet rentable peut être considéré comme un ralentisseur. Effectivement, plusieurs projets ont dû être arrêtés à cause de manque d'innovation, certains entrepreneurs se voient obliger d'apporter une touche nouvelle dans le secteur d'activité afin de gagner le plus de part de marché possible.

« L'idée est une contrainte dans le fait de vouloir amener quelque chose de nouveau, la majorité des investisseurs parle d'hôtel ou agence de voyages seulement quand il s'agit du tourisme » Responsable d'investissement de la DTA-Béjaia

Tous les acteurs interviewés ont été d'accord sur le point que l'idée peut être considéré comme une contrainte dans le cas où il s'agit d'apporter une idée innovante.

CR1-2- La motivation peut être une contrainte, pourquoi ?

La motivation est la raison d'être de tout projet en cours ou existant actuellement, c'est une contrainte absolue, nous ne pouvons pas passer d'idée à la finalisation d'un projet sans être motivé.

« J'ai vu que c'était une affaire, alors je me suis lancé, j'étais chaud, je voulais avoir quelque chose de bien et de grand, et comme je te l'ai dit je vais acheter un hôtel, et c'est le plus grand à HASSI » Mr. B.A

« Non, je n'étais pas vraiment démotivée, je savais que c'était une affaire en or, même si on est un peu en retard, et que le temps c de l'argent » Continu Mr. B.A

« Comment tu dire, un petit investissement dans un secteur grand, comment veux-tu qu'on hésite » Mr. S.A

« Non, je n'ai pas hésité, parce que y a une grande volonté qui m'anime » Mr. G.M

Où moment d'investir dans le tourisme les investisseurs interviewés n'ont pas hésité un instant d'après leur témoignage, malgré qu'à un moment donné ils ont passé par une période de démotivation qui aurait peut leur causer l'arrêt, voir l'abandon total de projet.

« Au début avec mon père, on était beaucoup plus démotivé pour le manque d'aide »

Témoigne Mr. K.A

« Non, ce n'est pas vraiment nos motivations qui ont changé, mais on est maintenant plus réaliste, et plus logique » Déclare Mr. G.M

Pour conclure ce point, les contraintes personnelles ne peuvent pas être liées seulement au secteur du tourisme. Effectivement, tous les secteurs peuvent être ralentis par ces contraintes.

L'idée innovante et la motivation sont ainsi deux contraintes que toute entrepreneur doit préparer à surpasser s'il souhaite atteindre ses objectifs.

CR2- Contrainte juridico-administrative

D'après nos analyses précédentes dans la section 1 de ce même chapitre, nous avons remarqué l'absence de contrainte dans l'aspect juridique. Malheureusement, ce n'est pas le même cas avec l'aspect administrative, plusieurs contraintes ont été souligné par nos interviewés :

CR2-1- Lenteur des procédures

La lenteur des procédures est surement l'une des contraintes les plus répétées par nos interviewés, d'après nos observations au cours de notre stage, nous avons remarqué une forme de lenteur au moment de la réception des investisseurs et traitement de leur demande.

« Tout était clair et net, on suivait juste les démarches données par le ministère, à part, la lenteur des procédures » Témoigne Mr. S.A

« Mais juridiquement on va dire que ça va, à part la lenteur ça va » Déclare Mr. G.M

« c'est un problème du système, je veux dire les procédures sont parfois lourde, parfois lente » Souligne le secrétaire général de TCA

CR2-2- Attribution des terrains sans étude

L'attribution des terrains destinés aux investissements touristiques se fait dans un cadre désorganiser, plusieurs demandes de terrain sont posées sur la table en attente d'une réponse. D'après nos observations, nous avons remarqué que certain entrepreneur profite de ce dysfonctionnement au niveau d'attribution de terrain pour profiter de se lancer dans un commerce unique, celui de se lancer dans un projet entrepreneurial en partenariat avec des

financeurs sous forme d'une SARL. Ensuite, vendre leur part de marché, et vendre le terrain aux financeurs de façon indirecte.

En plus, les terrains attribués se font sans étude d'aménagement, une étude qui se fera dans le but de connaître si le terrain peut accepter un tel projet ou pas.

« pour l'obtention du terrain, ce genre de chose doit se faire dans un cadre organisé, d'après un plan d'aménagement, c'est-à-dire les assiettes attribuées à ces investisseurs seront établies suivant un plan, un terrain qui est déjà prêt à accueillir un projet touristique, les nombres de lits et tout seraient définis, par exemple, on prend une zone, on lui fait un plan d'aménagement, on va faire dedans des parkings, des hôtels, des parties pour espace public, et préparer les assainissements et tout, ainsi l'investissement sera fait dans un cadre très organisé. » Explique Mr. K.R

CR2-3- Absence de critères de sélection des investisseurs

Une contrainte présente dans plusieurs autres secteurs celle de l'absence de critères de sélection, comme cité dans le point précédent (CR2-2) plusieurs investisseurs profitent de l'attribution de terrain sans critères préalables afin de détourner les procédures et les vendre de façon indirecte.

« Le critère de sélection des investisseurs, y a un problème au niveau des critères, nous avons déjà vu ceux qui ont bénéficié des assiettes de terrain dans le cadre d'aide à l'investissement, certains de ces investisseurs n'ont pas la capacité financière, pour l'expérience dans le domaine je ne sais pas, et je pense que c'est la principale contrainte, c'est que n'importe qui peut investir. N'importe qui peut demander un terrain dans le cadre d'investissement dans le tourisme, on lui accorde le terrain, les chargés d'une telle responsabilité, ne se base ni sur la formation, ni sur l'expérience professionnelle d'investisseur, au lieu de donner les terrains, pour des chaînes hôtelières ou pour des hôteliers qui ont prouvé déjà leur professionnalisme dans le secteur, ou même ceux qui ont une bonne expérience, même sur le plan financier, ils ne font pas appel au bon détenteur de fond, c'est-à-dire Rebrab par exemple, ce genre de personnes peuvent relever la barre. » Témoigne le responsable investissement de la DTA-Béjaia.

CR2-4- Difficulté d'attribution de permis de construire

Une fois le terrain attribué, une nouvelle contrainte apparaît, celle qui concerne l'attribution de permis de construire, un permis qui devrait être attribué par la même commission qui avait donné l'accord de l'attribution de terrain à ce même investisseur. Nous avons observé durant notre stage pratique plusieurs dossiers non traités depuis l'an 2013 à cause de permis de construire, d'après le personnel de la DTA-Béjaia, c'est à cause d'autres directions qui les dossiers sont gelées, telle que la direction de l'environnement et de la forêt qui interviennent au moment de l'attribution de terrain, sous prétexte que le terrain est protégé, et que l'investisseur ne pourrait pas construire un tel projet dans un tel terrain, ce qui nous renvoie à la deuxième contrainte (CR2-2).

« Après, nous avons les permis de construire, c'est l'une des difficultés qui rencontrent presque tous les investisseurs, ce problème est causé par l'administration, je ne sais pas, vous donnez un terrain pour un investisseur, après vous lui refusez de lui donner un permis de construire. Alors, rien que l'obtention de terrain se fait par la présentation d'un dossier graphique, les plans et tout, donc, vous lui donnez un terrain c'est-à-dire vous acceptez son investissement, après il va vous présenter le même plan pour la demande de permis de construire, et vous n'allez pas lui accorder, c'est incohérent, généralement c'est à cause de l'environnement, de la direction des forêts et des fois de la protection civile, alors que ces derniers étaient partie prenante avec nous, au moment de l'attribution de terrain, ils donnent leur accord, au moment de demande de permis de conduire, ils refusent, le problème c'est même dans les zones d'expansion touristiques avec l'appui de l'APW et tout, je ne sais pas exactement d'où vient ce dysfonctionnement. » Responsable investissement DTA-Béjaia

CR2-5- Personnel administratif non qualifié

Au cours de notre stage, nous avons remarqué une certaine lenteur et un manque de professionnalisme de la part des employés, durant les journées de réception plusieurs entrepreneurs se plaignaient de manque d'informations. Ainsi qu'une sorte de surcharge de travail tomber sur notre tuteur (Mr. K.R) à chaque question sans repense auxquels fait face le personnel de la direction, l'entrepreneur en question se voit orienté vers le responsable investissement, alors que ce n'est pas à lui de donner de telles informations. D'après le secrétaire général de Touring club d'Algérie, c'est ce qui explique la toute première contrainte (CR2-1) qui est la lenteur des procédures.

« L'Algérie en terme d'investissement touristique a mis beaucoup de facilitation, y a beaucoup d'aide malheureusement ça reste dans la théorie, dans la pratique y a beaucoup de difficulté, c'est un problème du système, je veux dire les procédures sont parfois lourde, parfois lente, je dirais c'est un souci de personne, c'est-à-dire, les personnes qui travaillent ne prennent pas au sérieux et de manière efficace leur travail, notamment pour les projets touristiques. » Explique Mr. B.M

CR3- Contraintes financières

Le financement est considéré comme étant la contrainte majeure dans un projet entrepreneurial, d'après nos analyses nous sommes arrivé à tirer ces trois points :

CR3-1- Manque d'informations et statistiques pour convaincre les banques

Pour se voir attribuer un crédit bancaire à plusieurs milliards de dinars algérien, la banque a besoin d'être convaincu, malheureusement en Algérie y a un manque d'information et de statistiques fiables et récentes afin d'appuyer les dossiers au moment de la réalisation de Business Plan et de budgets prévisionnels.

« En ce qui concerne le financement, je pense que les banques aussi ralentissent les projets à cause de lenteur de traitement des dossiers afin d'attribuer du crédit, D'un côté c'est logique, en Algérie y a le manque d'information et de statistiques récentes et fiables, la banque pourrait pas ainsi appuyer les dossiers sur ces points afin de voir si le projet est rentable. » Souligne Mr. B.M

CR3-2- Absence de coordination entre l'Etat, les banques et les investisseurs

L'Etat dans le cadre d'aide à l'investissement met en relation l'investisseur et la banque afin de faciliter et de l'accompagner pendant les procédures de demande de crédit bancaire, une aide qui reste absente selon notre analyse.

« Enormément, énormément, les banques, le système algérien fait que l'état donne des terrains dans le cadre de CALPIREF, mais Il n'y a pas coordination et synchronisation entre les banques et l'Etat et les différentes institutions pour que les banques financent ces projets, chacun évoque son chemin. » Explique Mr. G.M

CR3-3- Investissement touristique, lourd investissement à rembourser

Les investissements touristiques sont considérés comme lourds investissements à cause de la durée de remboursement, en plus, de sa durée d'amortissement qui dépasse les 15 ans. Mais ça reste un point stratégique et marketing, certain arrive à rembourser même avant les délais fixés par la banque.

« Notre crédit n'a pris que 03 ans pour être remboursé, je crois même que nous sommes le premier hôtel de la wilaya à avoir remboursé son crédit aussi rapidement. » Mr. K.A

CR3-4- Faible taux de participation par rapport au banque étrangère

Le taux de participation des banques algériennes dans le cadre d'un investissement touristique est trop faible par rapport à la lourdeur de l'investissement, par exemple dans le cas de Mr. B.A, il est en cours d'un achat d'un hôtel à 275 milliards de dinars Algérien d'après lui, le taux de participation d'une banque algérienne (75%) et d'une banque étrangère (95%) sera comme suivant :

Tableau N°11 : Comparaison entre le taux de participation d'une banque algérienne et étrangère dans le cas d'achat d'un hôtel de 275 milliards de DA

	Crédit attribué	Apport personnel	Total
Banque Algérienne (75%)	206.25 Md de DA	68.75 Md de DA	275 Md de DA
Banque étrangère (95%)	261.25 Md de DA	13.75 Md de DA	275 Md de DA

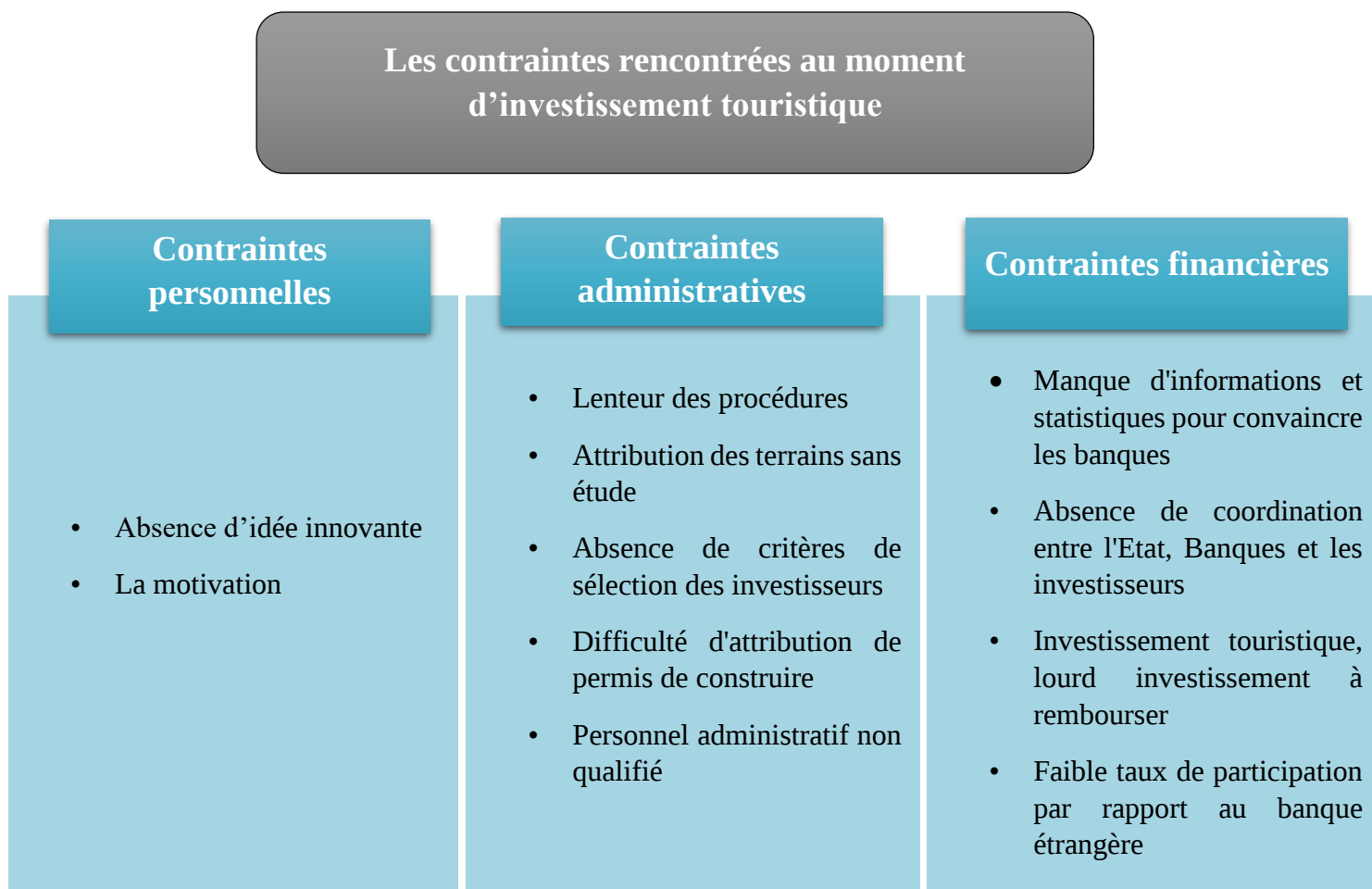
Source : Par moi-même

Nous remarquons une différence flagrante grâce à ce tableau, dans le cas d'une banque Algérienne l'apport personnel de l'entrepreneur s'élève jusqu'à plus de 68 milliards de DA, tandis que dans le cas d'une banque étrangère l'apport personnel de l'entrepreneur n'est que de 13.75 milliards de DA.

« Ma banque est une banque française, je n'ai pas choisi une Algérienne parce que le taux de participation est trop faible, tandis qu'en France elle atteint jusqu'à 95% contre 75% en Algérie. » Explique Mr. B.A

En conclusion, afin de résumer tous les points que nous venons de voir depuis le début de ce chapitre, voici un petit schéma récapitulatif et compréhensible montrant toutes contraintes dont nous avons parlé précédemment :

Figure N°9 : Synthèse sur les contraintes rencontrées lors des investissements touristiques



Source : Par moi-même

2- Suggestions et recommandations

Après avoir étudié et analyser les différentes contraintes qui peuvent freiner, voire arrêter un processus entrepreneurial dans un cadre d'investissement touristique, nous proposons quelques suggestions et recommandations qui pourraient faire l'objet de réflexion à l'effet d'apporter un plus en matière d'aide et de faciliter envers les investisseurs au moment d'une action entrepreneuriale dans le secteur du tourisme. Ces suggestions et recommandations peuvent se présenter comme suit :

- Pour les investisseurs en manque d'idée, ils peuvent faire une étude de marché sur les pays développés et touristiques par rapport aux différentes activités absentes actuellement dans le marché touristique algérien.
- Pour les investisseurs en manque de motivation, doivent comprendre que le marché de tourisme est en pleine croissance, et que c'est un marché prometteur, bientôt puissance mondiale numéro 1 d'après plusieurs études.
- Lancer un programme de formation pour le personnel de ministère chargé du tourisme, ainsi que les différentes directions de territoire national.
- Décentraliser les commissions chargées de traitement des dossiers afin d'accélérer les procédures de traitement de dossiers.
- Déterminer des critères de sélection d'investisseur dans le cadre d'attribution de terrain.
- Préparer des plans d'aménagements spécifiques à chaque terrain avant de les distribuer aux différents investisseurs, afin d'éviter plusieurs problèmes avec les différentes directions partenaires de secteur du tourisme.
- Trouver un accord entre l'Etat et les banques privées et publiques dans le cadre d'aide à l'investissement afin de faciliter et d'assurer un crédit bancaire pour les projets à grands profits.
- Augmenter la durée de remboursement pour les projets touristiques de haute gamme afin d'encourager et de motiver les investisseurs.
- Augmenter le taux de participation des banques Algériennes dans l'attribution des crédits pour les projets à grand budget.
- Créer un organisme spécialisé dans la collecte d'informations et des statistiques spécialisé pour le tourisme afin de profiter d'informations fiables et récentes.



Conclusion générale



Conclusion générale

L'entrepreneuriat est au cœur du développement humain et des sociétés modernes. Selon **M. Coster** (2009), l'entrepreneuriat peut être considéré comme une quête de sens pour une personne, grâce à lui, nous pourrions connaître le potentiel des personnes, il les favorise à la canalisation et la sublimation de leurs énergies et de leurs forces dans la poursuite de leurs objectifs. En plus, l'auteur explique que, l'acte entrepreneurial est un mouvement collectif de création de richesses économiques et sociales.

Le tourisme un secteur en pleine croissance, un marché émergeant commence à faire rêver plusieurs entrepreneurs. Le tourisme est l'une des branches majeures de l'économie à l'échelle mondiale, source de devises, ce secteur a aussi un impact positif sur d'autres secteurs économiques, tels que le transport, la communication, l'artisanat, le commerce ...Etc.

Néanmoins, l'entrepreneuriat dans le secteur touristique ne figure pas en priorité dans les papiers d'Algérie, malheureusement, le développement d'un tel secteur dans un pays aussi riche que le nôtre nécessite plusieurs investissements, tels que des hôtels, des aqua-parcs, des centres de ski, des parcs d'attractions touristiques, des investissements absents actuellement malgré plusieurs discours de différents ministres déclarant que l'Etat lance des organismes d'aide et de promotion afin de développer le secteur et d'accompagner les entrepreneurs souhaitant investir dans ce marché.

Cependant, la réponse des entrepreneurs envers ces déclarations reste faible vis-à-vis de la nécessité de pays en matière d'investissement pour le développement du secteur, c'est pour cette raison que notre recherche s'est tournée vers l'entrepreneur dans le tourisme, et les contraintes rencontrées pendant le processus en raison de marche de recherche en ce sujet.

Notre recherche avait pour objectif de comprendre l'entrepreneurial et son importance, ainsi que les contraintes qu'un entrepreneur peut rencontrer au moment d'investir dans le secteur du tourisme. Afin d'atteindre cet objectif, nous avons utilisé une méthodologie de recherche qualitative, en combinaison plusieurs méthodes de collecte de données, Entretien, collecte documentaire et observation.

Pour comprendre cela, en premier lieu, nous avons essayé d'expliquer les concepts théoriques clé de notre recherche à savoir, l'entrepreneuriat, l'entrepreneur, processus entrepreneurial,

tourisme et ses formes, les différents établissements touristiques, en plus de création d'entre reprise en Algérie. En second lieu, nous nous sommes déplacé dans un stage pratique de (03 mois) à la direction du tourisme et d'artisanat de la Wilaya de Béjaia, plus exactement au service investissement afin de comprendre en profondeur le sujet.

Pour ce faire, nous avons effectué plusieurs entretiens, en plus de nos observations au sein de la DTA-Béjaia, dans laquelle nous avons appris beaucoup de chose auprès de plusieurs entrepreneurs et professionnels du tourisme. Ce diagnostic a abouti à conceptualiser l'entrepreneuriat et les contraintes qui peuvent paralyser les projets entrepreneuriaux dans le secteur du tourisme.

Compte tenu de ses constats, nous pouvons dire que l'entrepreneuriat dans le tourisme connaît plusieurs contraintes, à savoir, personnelles, juridico-administratives et financières, ce qui nous a permis de confirmer notre hypothèse.

A partir des résultats de notre recherche et afin de répondre à notre problématique de départ, nous pouvons dire que l'entrepreneuriat dans le tourisme est handicapé par plusieurs contraintes, en commençant par les contraintes personnes, en matière d'innovation et de motivation, suivi, de contraintes juridico-administratives, en avait étudié ce point sur plusieurs angles et arrivé à la conclusion, que les contraintes juridiques sont absentes contrairement aux administratives, nous parlons ici, de la lenteur des procédures, de personnels non qualifié, des distributions de terrain hasardeuses, de non-attribution de permis de construire pour le début des travaux, et plusieurs d'autres points. Nous avons aussi abordé plusieurs contraintes financières, telles que, le faible taux de participation des banques Algériennes, manque d'informations et statistiques pour alourdir le dossier de demande de crédit, mais beaucoup plus l'absence de coordination entre ces trois noyaux importants, Etat, banque et entrepreneurs.

Nous savons que notre travail de recherche souffre de certaines limites, principalement de la méthodologie adoptée, évidemment le nombre limité de nos entretiens ne conduit pas à une généralisation des résultats apportés, par rapport aux contraintes présentées tout au long de ce modeste travail.

Pour de clore notre travail, nous rappelons que ce dernier ouvre le champ à d'autres réflexions à savoir, les contraintes en général qu'un entrepreneur peut rencontrer pendant un processus entrepreneurial.



Bibliographie



Bibliographie

Ouvrages :

- Alaine Fayolle (2012). *Entrepreneuriat – apprendre à entreprendre*. Dunod, France
- Catherine Léger-Jarniou (2013). *Le grand livre de l'entrepreneuriat*. Dunod, France
- Chalmers, A. (1987). *Qu'est-ce que la science ?*. La Découverte, Paris
- Contact entreprise (2008). *Création des entreprises : Les clés pour réussir*. Chambre des métiers, Luxembourg
- Coster Michel (2009). *Entrepreneuriat*. PEARSON Education, France
- Dominique Pialot (2006-2007). *Créer son entreprise*. L'Entreprise, France.
- François Dépelteau (2010). *La démarche d'une recherche en science humaines : de la question de départ à la communication des résultats*, De Boeck Supérieur, France
- François, Bergerault, Nicolas, Bergerault (2014). *De l'idée à la création de l'entreprise : comment concrétiser votre projet*. Dunod, France
- Hervé Gumuchian, Claude Marois (2010). *Initiation à la recherche en géographie : aménagement, développement, territorial, environnement*. Edition Anthropos, Paris
- J.M. DEKETELE, Xavier Roegiers (1980). *Méthodologie du recueil d'informations*. De Boeck, Belgique
- Janssen Frank (2016). *Entreprendre, une introduction à l'entrepreneuriat*. 2^{ème} édition, De boeck Supérieur, Belgique.
- Jérémy Boer (2016). *Le tourisme : Un moteur de l'économie mondiale*. Cahier français, France
- JohnMarshall REEVE (2017). *Psychologie de la motivation et des émotions*. 2^{ème} édition, De Boeck Supérieur, Belgique.
- Lexitour (2002). *Les 1700 mots des métiers du tourisme*. Édition Ad Hoc, France
- Miles, M. B. (1979). *Qualitative data as an Attractive Nuisance: The problem of analysis*. Administrative Science Quaterly
- Mouchot, C. (2003). *Méthodologie économique*, Editions du Seuil. Points Economie, France
- Olivier Magnan (2011). *Les règles d'or pour réussir le financement de votre entreprise*. Dunod, France

- Parrat, F. (2010). Reprise et transmission de l'entreprise, aspects stratégiques, juridiques et fiscaux. Economica, Paris
- Robert Papin (2015). La création d'entreprise. Dunod, Paris
- Serge Ribault (2008). Géographie du tourisme. Castillana, France
- Thietart, R.-A. (2007). Méthodes de recherches en management. Dunod. Paris
- Yin, R. K. (1984). Case study research: Design and Methods. Beverly Hills : Sage Publications

Articles :

- « Paradigmes et entrepreneuriat » (2005.). La revue de l'entrepreneuriat, no°1, Vol4
- Article d'un journal électronique el mojahid, le 07/12/2017, infrastructure et compétence dans le tourisme en Algérie : le bonne note d'Oxford Business Group. URL : <http://www.elmoudjahid.com/fr/actualites/117510>
- Article dans un journal électronique France tv info, L'Algérie veut doper son tourisme, Pierre magnan, Publié le 07/01/2018, site : http://www.geopolis.francetvinfo.fr/l-algerie-veut-doper-son-tourisme-174339#xtref=acc_dir
- Glossaire élaboré par une communauté internationale pour définir un nouveau cadre conceptuel d'évaluation et d'analyse de l'économie touristique, approuvé par les nations unies, qui établissent les concepts, les définitions (2005/2007), <http://media.unwto.org/fr/content/comprendre-le-tourisme-glossaire-de-base>.
- Yvon, Pesqueux (22 Février 2011). « Entrepreneur, entrepreneuriat, (et entreprise), de quoi s'agit-il ? ». HAL (France), Dans HAL, science de l'homme et de la société [Base de donnée en ligne], sur le site HAL. Consulté le 14 Février 2018. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00567820>

Documents officiels et normes :

- Décret exécutif n°2000-130 du 8 Rabia El Aouel 1421 Correspondant au 11 Juin 2000 fixant les normes et les conditions de classement en catégories des établissements hôteliers. Tiré du journal officiel n°35.
- Décret exécutif n°2000-46 du 25 Dho El Kaada 1420 Correspondant au 01 Mars 2000 définissant les établissements hôteliers et fixant leur organisation, leur fonctionnement ainsi que les modalités de leur exploitation.
- Loi n° 99-01 du 19 Ramadhan 1419 correspondant au 6 janvier 1999 fixant les règles relatives à l'hôtellerie, p.3.
- Loi n° 99-06 du 18 Dhou El Hidja 1419 Correspondant au 4 avril 1999 fixant les règles régissant l'activité de l'agence de tourisme et de voyages, p.10.
- Office national des statistiques – annuaire statistique de l'Algérie – Résultats 2010-2014 (Chapitre tourisme).

Dictionnaires :

- Encyclopédie du tourisme JAFARI
- Encyclopédie le petit roubert
- Encyclopédie lepetit Larousse

Sites et liens :

- Portail algérien de création d'entreprise, https://www.jecreemonentreprise.dz/index.php?option=com_content&view=featured&Itemid=113&lang=fr, consulté le 11 Avril 2018
- Site pour étudiant en marketing, <https://www.marketing-etudiant.fr/etude-de-marche.html>. Consulté le 20 Avril 2018



Table des matières



Table des matières

Résumé	I
Remerciements	II
Sommaire	III
Liste des tableaux.....	IV
Lies des figures.....	V
Liste des abréviations.....	VI
Introduction.....	a-c
Chapitre 1 : Introduction à la recherche.....	05-31
Section 1 : Revue de littérature	05
Section 2 : Généralité sur l'entrepreneuriat et le tourisme	08
I- Entrepreneuriat	08
I-1- Définition de l'entrepreneuriat.	08
I-2- Définition d'un entrepreneur.....	11
II- Processus entrepreneurial	13
II-1- Définition	13
II-2- Modélisation d'un processus entrepreneurial	14
III- Entreprendre dans le tourisme	15
III-1- Définitions	15
III-2- Les formes de tourisme.....	15
III-3- La situation du secteur du tourisme Algérien	15
III-4- Entreprendre dans le tourisme	17
III-5- Tourisme comme nouvelle économie mondiale.....	20
Section 3 : Les étapes de création d'une entreprise touristique en Algérie.....	21
I- De l'idée au projet	21
II- Construire son projet.....	21
II-1- Etude de marché.....	21
II-2- Business Plan.....	22

III- Mise en vie de projet.....	23
III-1- Les types de création d'entreprise.....	23
III-2- Aspect juridico-administratif	24
III-3- Aspect finance	29
Synthèse.....	31
Chapitre 2 : Méthodologie et contexte de la recherche.....	33-45
Section 1 : Méthodologie de la recherche.....	33
I-1- Choix du sujet.....	33
I-2- Intérêt personnel	34
I-3- Choix du lieu de l'étude.....	34
I-4- Objet de recherche.....	34
I-5- Démarche méthodologique.....	35
I-6- Design de la recherche.....	37
I-7- Collecte de données.....	37
I-8- Analyse et traitement des données.....	40
I-9- Difficulté rencontrée.....	41
Section 2 : Présentation de l'entreprise.....	41
I-1- Présentation de la direction du tourisme et d'artisanat Béjaia.....	41
I-2- Fiche informative sur la DTA-Béjaia.....	42
I-3- Organigramme de la DTA.....	43
Chapitre 3 : Présentation et discussion des résultats.....	47-73
Section 1 : Présentation des résultats de l'étude qualitative.....	47
I- Présentation des résultats de l'étude qualitative (entrepreneurs)	47
I-1- Caractéristiques des entrepreneurs.....	47
I-2- Investissement touristique.....	50
CR- Contraintes rencontrées.....	54
CR1- Contraintes personnelles	55
CR2- Contraintes juridico-administratives.....	56
CR3- Contraintes financières.....	57

II- Présentation des résultats de l'étude qualitative (professionnels du tourisme)	60
II-1 Profil des interviewés.....	60
CR- Contraintes rencontrées.....	61
CR1- Contraintes personnelles	61
CR2- Contraintes juridico-administratives.....	61
CR3- Contraintes financières.....	63
Section 2 : Mise en relation des résultats obtenus et suggestions.....	64
I- Mise en relation des résultats obtenus.....	65
CR- Contraintes rencontrées.....	65
CR1- Contraintes personnelles	66
CR2- Contraintes juridico-administratives.....	67
CR3- Contraintes financières.....	70
II- Suggestions et recommandations.....	73
Conclusion	75-76
Bibliographie	a-c
Table des matières.....	82-84
Annexes.....	86-96



Annexes



Annexes

Annexe N° I-1 : Parc hôtelier Algérien 2012-2014

Tableau N°A-1 : Parc hôtelier Algérie 2012-2014, Nombre d'hôtels

Classement	2012	2013	2014
Hôtel 5*	8	8	8
Hôtel 4*	5	5	6
Hôtel 3*	38	38	39
Hôtel 2*	46	46	46
Hôtel 1*	116	149	149
Hôtel sans étoile	127	156	156
Résidence 2*	2	2	2
Résidence 1*	1	1	1
Motel/Relais 2*	2	2	2
Motel/Relais 1*	1	1	1
Auberge 2*	1	1	1
Auberge 1*	1	1	1
Village de vacance 3*	0	0	1
Catégorie unique (Meublé du tourisme)	2	3	5
Catégorie unique (pension)	8	10	10
Autres structures d'établissements hôteliers	135	196	196
Catégorie unique (gîtes d'étape	4	6	6
Total des établissements classés	497	625	630
Etablissement hôteliers en cours de classement	658	549	555
TOTAL	1 155	1 174	1 185

Source : Office national des statistiques 2016

Annexe N°I-2 : Les différents statuts des sociétés

Tableau N°A-2 : Tableau récapitulatif des structures juridiques de sociétés en Algérie

	E.I	EURL	SNC	SARL	SPA	SCS	SCA
Nombre d'associés	0	Un associé unique	> 2	2 à 20	> 7		Au minimum 1 commandité et 3 commanditaires
Capital social	Pas de capital minimum nécessaire	100 000 da	Pas de capital minimum nécessaire. Il est partagé en parts sociales. La cession s'effectue grâce au consentement unanime.	100.000 da Il est partagé en parts sociales de valeur égale, d'au moins 1000 da. La cession nécessite, au minimum, 75% des parts des associés.	5 000 000 da Ou 1 000 000 da Il est divisé en actions.	Il est partagé en parts sociales.	5 000 000 da Ou 1 000 000 da Il est divisé en actions.
Direction	Commerçant	Le gérant (personne physique) associé ou tiers.	Gérant ou associé.	Associés/ gérants désignés, personne physique.	Conseil d'Administration (entre 3 et 12 membres)	Un ou plusieurs gérants (les commandités).	Un ou plusieurs gérants (les commandités ou tiers).
Prise de décision	Commerçant	Gérant associé ou tiers.	Associés sauf stipulation contraire dans les statuts (un ou plusieurs gérants associés ou non).	Associés	Gestion stricte. Le dirigeant est considéré comme un salarié.	Assemblée.	
Responsabilité	Illimitée : s'étend sur les biens personnels.	Limitée aux apports.	Illimitée.	Limitée.	Limitée.	Illimitée pour les commandités. Limitée pour les commanditaires.	Illimitée pour les commandités. Limitée pour les commanditaires.
Régime fiscal	IRG - pas de déduction du revenu.	IBS.	IRG-revenus non déductibles.	IBS-revenus déductibles.	IBS-salaires déductibles.	IBS par option.	IBS.
Régime social	Non-salariés, CASNOS	CASNOS.	CNAS.				
Avis	Régime fiscal et social simplifié. Patrimoine non dissocié.	Gérant majoritaire = CASNOS Gérant minoritaire = CNAS.	Dans la majorité des cas la SNC représente les petites entreprises familiales où le lien entre les associés est fort.	Adaptée à la réalisation de plusieurs projets. Un mélange entre la SNC et la SPA.	Grande entreprise, qui vise l'entrée en bourse ou internationalisation.	Forme hybride : société de personnes pour les commandités et société de capitaux pour les commanditaires. L'immatriculation confère la personnalité morale aux commandités. La SCS est assimilée à la SNC (les commandités). La SCA est assimilée à la SNC et à la SPA. Concernant ces deux formes, en Algérie : elles ne sont pas répandues et la législation n'est pas très dense.	

Source : Cours d'entrepreneuriat – Dr. ZELLAL Ahlem

Annexe N°I-3 : Liste des antennes du CRNC au niveau national

Tableau N°A-3 : Liste des antennes locales du centre national du registre du commerce

LISTE DES ANTENNES LOCALES DU CENTRE NATIONALE DU REGISTRE DU COMMERCE

ANTENNE	ADRESSES	TELEPHONE	FAX
Adrar	Aissat Idir, BP 108	(+213) 049.96.06.91	(+213) 049.96.46.28
Chlef	Cité Arroudj (derrière ALGERIE TELECOM)	(+213) 027.77.43.10	(+213) 027.77.27.21
Laghouat	Cité Bouameur, Maamourah, BP 1224	(+213) 029.13.14.80	(+213) 029.13.14.79
Oum El Bouaghi	Cité El Amel extention Houari Boumedien, BP 33	(+213) 032.54.55.60	(+213) 032.54.85.62
Batna	Cité l'abattoire, 18 logts , allées ben boulaïd , BP 58	(+213) 033.80.70.74	(+213) 033.85.36.99
Bejaia	Boulevard Krim Belkacem, SOMACOB, Ihadaden, Bt D1, BP 212	(+213) 034.21.57.57	(+213) 034.21.31.67
Biskra	Cité des 100 villas cadres zahoune ouest ,BP 126 El Amel	(+213) 033.75.62.63	(+213) 033.75.62.09
Bechar	Cité la barga à coté du 220 logement BP 419	(+213) 049.81.02.46	(+213) 049.81.85.70
Blida	Centre des affaires el wouroud 2eme étage bab	(+213) 025.21.54.37	(+213) 025.21.54.44
Bouira	Cité Si Lahlou BP 45.	(+213) 026.83.82.92	(+213) 026.83.82.89
Tamanrasset	Sersouf, Rue 05 juillet, BP 1942	(+213) 029.30.22.38	(+213) 029.30.24.49
Tebessa	Boulevard houari Boumediene , BP 276	(+213) 037.48.41.11	(+213) 037.48.37.20
Tlemcen	Fin boulevard Principale El Kiffane, BP 389	(+213) 043.26.73.25	(+213) 043.26.77.13
Tiaret	Route DE AIN GUASMA (projet de 33 log) bat b6	(+213) 046.42.77.14	(+213) 046.42.68.60
Tizi-Ouzou	Cité 104 logements zone sud cité A EPLF local n°17 ET n°18 cage B5 Nouvelle ville.	(+213) 026.21.88.49	(+213) 026.20.50.71
Alger Est	Centre des affaires et de commerce, El Mohammadia Mall (5ème Etage)	(+213) 023.80.40.17/19	(+213) 023.80.40.18
Alger Centre	40-42 Rue Larbi Ben M'hidi	(+213) 021.73.80.51	(+213) 021.73.80.51
Alger Ouest	Rue des frères bousalem , centre des affaires 2eme étage	(+213) 021.32.95.42	(+213) 021.32.14.88
Djelfa	Bd 08, Cité ben djermane, N° 1831 BP 3302	(+213) 027.87.59.59	(+213) 034.49.89.42
Jijel	Cité 24 lotgs, village moussa, EPLF, BP 454	(+213) 034.47.34.66	(+213) 034.49.89.42
Setif	15 Avenue du 08 Mai 1945, BP 454	(+213) 036.93.05.05	(+213) 036.93.05.05
Saida	Rue Zighout Youcef , B.P 187	(+213) 048.51.31.08	(+213) 048.51.11.08
Skikda	117 Cité amar chetaibi	(+213) 038.15.50.16	(+213) 038.15.50.16
Sidi Bel Abbès	08 Avenue Abbane Ramdane,	(+213) 048.75.64.47	(+213) 048.75.32.91
Annaba	l'angle rue bouzered hocine et bd d'Afrique n° 82	(+213) 038.48.11.00	(+213) 038.48.11.61
Guelma	Cité khemari saad Boite postale n° 326 .	(+213) 037.15.30.92	(+213) 037.15.30.71
Constantine	Cité 2000 logts CNEP Bt 14 N° 07 et 08 bis	(+213) 031.60.34.13	(+213) 031.60.37.86
Medea	Rue du 19 Mars 1962, BP 693	(+213) 025.78.55.32	(+213) 025.78.55.32
Mostagamen	01 Rue Belahouel Sidi Abdellah, BP 21	(+213) 045.41.04.58	(+213) 045.41.02.17
M'sila	Route bourdj boua arreridji	(+213) 035.55.30.20	(+213) 035.55.16.78
Mascara	Rue Hassi El Ghella Baba Ali BP 670	(+213) 045.72.18.12	(+213) 045.72.18.11
Ouargla	Rue de la République, Souk El Hdjar, BP 448	(+213) 029.70.71.37	(+213) 029.70.71.41
Oran	18 Rue Mohamed Boudiaf, BP 1527	(+213) 041.38.21.88	(+213) 041.38.31.32
El Bayadh	Rue Djlaïdia Cheikh, BP 172 RP	(+213) 049.61.37.20	(+213) 049.61.34.57
Illizi	Nouvelle Zone urbaine ZHUN BP 142	(+213) 029.40.03.64	(+213) 029.40.03.66
B-B-Arreridj	Lot Ben Ziouche Route de Bir s'nab BP 373	(+213) 035.73.01.09	(+213) 035.73.01.12
Boumerdes	Centre Commercial El Madour	(+213) 024.79.72.31	(+213) 024.79.72.36
El Tarf	BP 261 Route nationale 44	(+213) 038.60.18.56	(+213) 038.60.18.42
Tindouf	Hai 83 Logts El Kassabi, N° 23, BP 438	(+213) 049.92.16.18	(+213) 049.92.39.17
Tissemsilt	Rue Djouadi, BP 164	(+213) 046.47.85.01	(+213) 046.47.76.09

Source : https://www.jecremonentreprise.dz/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=122&Itemid=279&lang=fr

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

WILAYA DE BEJAIA

DIRECTION DU TOURISME

DEMANDE D'AUTORISATION D'EXPLOITATION
D'UN ETABLISSEMENT HOTELIER

Pièces à fournir

(Conformément à l'article n° 17 du décret exécutif n° 46-2000 du 1er Mars 2000 définissant les établissements hôteliers et fixant leur organisation, leur fonctionnement ainsi que les modalités de leur exploitation).

I- Pour les personnes physiques :

1. Demande d'autorisation d'exploitation d'un établissement hôtelier (imprimé ci-joint ;
2. Un extrait de l'acte de naissance du demandeur ainsi que celui du gérant, le cas échéant ;
3. Un extrait du casier judiciaire (bulletin n° 03) datant de moins de trois (03) mois.
4. Lorsque la demande de l'autorisation émane de personnes de nationalité étrangère, celles-ci doivent, en outre, produire un extrait du casier judiciaire (bulletin n° 03) émanant des autorités judiciaires de leur pays d'origine, délivré depuis moins de trois (03) mois, attestant du fait que le ou les demandeurs répondent dans leur pays d'origine aux conditions de moralité exigées par la législation et la réglementation en vigueur ;
5. Une copie certifiée conforme du titre de propriété de l'établissement hôtelier ou une copie certifiée conforme de l'acte de location ou de gérance ;
6. Un constat d'huissier de justice déterminant les dimensions et la situation de l'établissement hôtelier ;
7. Une copie de l'autorisation de construction ou d'aménagement telle que délivrée par le ministre chargé du tourisme ;
8. Une copie de l'acte de classement de l'établissement s'il y a lieu ;
9. L'attestation d'assurance contre les conséquences pécuniaires de la responsabilité civil et professionnelle ;
10. L'engagement notarié de faire respecter par sa clientèle les valeurs et les bonnes mœurs publiques ;
11. La justification que le demandeur ou le gérant satisfont aux conditions d'aptitude ;
12. Un certificat de conformité aux normes d'hygiène délivré par les services de la santé ;
13. Un certificat de conformité aux normes de sécurité délivré par les services de la protection civile ;
14. Un rapport prévisionnel d'activité.

II- Pour les personnes morales :

1. Demande d'autorisation d'exploitation d'un établissement hôtelier (imprimé ci-joint) ;
2. Les statuts de la personne morale ;
3. L'ampliation de la délibération au cours de laquelle ont été désignés le président et éventuellement le directeur général ou le gérant à moins que ceux-ci ne soient statutaires, ainsi que leur acte de naissance ;
4. La justification que le directeur général ou le gérant statutaire satisfont aux conditions d'aptitude. - Lorsque ceux-ci ne répondent pas à ces conditions, la personne morale doit bénéficier de la collaboration permanente et effective d'une personne physique répondant à ces conditions ;
5. Un extrait de l'acte de naissance du président et du directeur général ou celui du gérant, le cas échéant ;
6. Un extrait du casier judiciaire (bulletin n° 03) datant de moins de trois (03) mois du président et du directeur général ou celui du gérant ;
7. L'engagement notarié de faire respecter par sa clientèle les valeurs et les bonnes mœurs publiques ;
8. Une copie de l'acte de classement de l'établissement s'il y a lieu ;
9. Une copie de l'autorisation de construction ou d'aménagement telle que délivrée par le ministre chargé du tourisme ;
10. Un constat d'huissier de justice déterminant les dimensions et la situation de l'établissement hôtelier ;
11. Une copie certifiée conforme du titre de propriété de l'établissement hôtelier ou une copie certifiée conforme de l'acte de location ou de gérance ;
12. L'attestation d'assurance contre les conséquences pécuniaires de la responsabilité civile et professionnelle ;
13. Lorsque la demande de l'autorisation émane de personnes de nationalité étrangère, celles-ci doivent, en outre, produire un extrait du casier judiciaire (bulletin n° 03) émanant des autorités judiciaires de leur pays d'origine, délivré depuis moins de trois (03) mois, attestant du fait que le ou les demandeurs répondent dans leur pays d'origine aux conditions de moralité exigées par la législation et la réglementation en vigueur ;
14. Un certificat de conformité aux normes d'hygiène délivré par les services de la santé ;
15. Un certificat de conformité aux normes de sécurité délivré par les services de la protection civile ;
16. Un rapport prévisionnel d'activité.

Source : Direction du tourisme et d'artisanat

***** طلب رخصة استغلال مؤسسة فندقية *****

1- إذا كان الأمر يتعلق بشخص طبيعي:

*** صاحب المؤسسة الفندقية:**

الاسم:.....
اللقب:.....
تاريخ ومكان الازيداد:.....
ابن(ة):.....
الجنسية:.....
العنوان الشخصي:.....
.....
المهنة الحالية:.....
.....

*** مسير المؤسسة الفندقية:**

الاسم:.....
اللقب:.....
تاريخ ومكان الازيداد:.....
ابن(ة):.....
الجنسية:.....
العنوان الشخصي:.....
.....
المهنة الحالية:.....

2- إذا كان الامر يتعلق بشخص معنوي:

الممثل القانوني للشركة:.....
الاسم:.....
اللقب:.....
تاريخ ومكان الازيداد:.....
ابن(ة):.....
الجنسية:.....
العنوان الشخصي:.....
.....
المهنة الحالية:.....

***مسير مؤسسة فندقية:**

الممثل القانوني للشركة:

الاسم: اللقب:

تاريخ ومكان الازدياد:

ابن(ة): و:

الجنسية:

العنوان الشخصي:

.....

المهنة الحالية:

.....

3- الكفاءات المهنية الخاصة بمسير المؤسسة الفندقية:

المستخدم	الفترة	المهام المسندة

4- معلومات حول المؤسسة الفندقية:

اسم المؤسسة الفندقية(باللغة الوطنية):

اسم المؤسسة الفندقية(باللغة اللاتينية):

عنوان المؤسسة:

.....

الهاتف: الفاكس:

المرافق الاخرى:

عدد مناصب الشغل المحتمل احداثها:

سعة الاستقبال: غرف:

اسم وصفة الممضي:

الامضاء حرر ب: في:

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat

وزارة السياحة و الصناعة التقليدية

طلب رخصة استغلال وكالة السياحة و الأسفار

***** قائمة الوثائق المطلوبة *****

1- في المرحلة الأولى: قبل عرض الملف على اللجنة الوطنية لاعتماد وكالات السياحة و الأسفار:

- 1- طلب رخصة استغلال وكالة السياحة و الأسفار (استمارة ملحقة).
- 2- نسخة من بطاقة التعريف الوطنية لطلب الرخصة أو الممثل القانوني للشخص المعنوي وكذا الوكيل، عند الاقتضاء الشخص الذي تتوفر فيه شروط التأهيل المحددة أدناه (وكيل السياحة و الأسفار)، عند الاقتضاء، وكذا الخاص بالشركاء، في حالة شخص معنوي.
- 3- نسخ طبق الأصل للشهادات الدراسية وشهادات العمل للوكيل، تبين الخبرة المهنية في الميدان السياحي، مرفقة بنسخ طبق الأصل للشهادات المتوافقة للانخراط في الضمان الاجتماعي، باسم المؤسسات السياحية التي اشتغل فيها الوكيل عند الاقتضاء.

2- في المرحلة الثانية: بعد الحصول على الموافقة المبدئية :

- 1- شهادة تسجيل التسمية لدى المركز الوطني للسجل التجاري.
- 2- القانون الأساسي للشركة (في حالة شخص معنوي).
- 3- نسخة طبق الأصل و مصادق عليها من عقد الملكية أو إيجار محل ذي استعمال تجاري، مساحته الدنيا 30 م².
- 4- شهادة التأمين من العواقب المالية على المسؤولية المدنية و المهنية.
- 5- عقد عمل، موثق، يبرم بين صاحب الوكالة و وكيل السياحة و الأسفار، عند الاقتضاء.
- 6- نسخة من بطاقة الإقامة بالنسبة للوكيل ذي الجنسية الأجنبية، عند الاقتضاء.

شروط الكفاءة المهنية :

- يجب أن تتوفر في الشخص المكلف بإدارة وكالة السياحة و الأسفار (الوكيل) إحدى الشروط التالية :
- أن يكون متحصل على شهادة ليسانس في السياحة، مسلمة من مؤسسة للتعليم العالي.
 - أن يكون متحصل على شهادة ليسانس في التعليم العالي مع أقدمية سنة واحدة (1) في ميدان السياحة.
 - أن يكون متحصل على شهادة تقني سامي في السياحة، أو في الفندقة، مع أقدمية سنة واحدة (1) في ميدان السياحة.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat

وزارة السياحة و الصناعة التقليدية

طلب رخصة استغلال وكالة السياحة و الأسفار

- الاسم التجاري للوكالة :
(بالفرنسية :)

• معلومات حول صاحب الوكالة / الممثل القانوني للشركة :

- الاسم : (بالفرنسية :)
- اللقب : (بالفرنسية :)
- تاريخ و مكان الازدياد : في
- ابن : و :
- الجنسية :
- العنوان الشخصي :
- البريد الالكتروني :
- التلفون : الجوال :

• معلومات حول الوكيل (المدير التقني) :

- الاسم : (بالفرنسية :)
- اللقب : (بالفرنسية :)
- تاريخ و مكان الازدياد : في
- ابن : و :
- الجنسية :
- العنوان الشخصي :
- النشاط الحالي :
- البريد الالكتروني :
- التلفون : الجوال :
- الشهادات :

- الخبرة المهنية في السياحة :

الوظائف التي مارسها	الفترات	أرباب العمل

ملاحظة : يتم إيداع ملف طلب رخصة استغلال وكالة السياحة و الأسفار على مستوى المديرية الولائية للسياحة (المرحلتين 1 و 2).

Annexe N°II-1 : Guide d'entretien pour entrepreneurs en tourisme

Tableau N°A-4 : Guide d'entretien pour entrepreneurs

Guide d'entretien pour entrepreneurs	
Entretien mené par : SAADI Yanis – Etudiant à l'ENSM S/D Dr. Ahlem ZELLAL Nom de l'interviewé : Organisme et fonction : Date : Lieu : Durée :	
Rubriques	Questions
Profil entrepreneur	- Pourquoi souhaitez-vous vous lancer dans une action entrepreneuriale ? - Avez-vous déjà participé à un projet entrepreneurial ? Si oui, qu'avez-vous tiré de l'expérience ?
Entreprise créée dans le secteur touristique	- Présentez votre projet actuel. - Pourquoi souhaitez-vous investir dans ce secteur ? - À quel moment avez-vous décidé d'investir dans le secteur touristique ? Quels en sont les éléments déclencheurs ? - Avez-vous l'intention d'investir, à nouveau, dans le secteur touristique ?
Contraintes rencontrées	- Avez-vous hésité lors du lancement de votre action entrepreneuriale ? Si oui, pourquoi ? - Vos motivations sont-elles changées ? Si oui, pourquoi ? - Avez-vous rencontré des difficultés en ce qui concerne l'aspect juridique et administrative (agrément, licence d'exploitation, loi ...) dans votre investissement touristique ? Si oui, lesquelles ? - Avez-vous rencontré des difficultés en ce qui concerne l'aspect financier (crédit bancaire,

	comptabilité ...) lors de votre investissement touristique ? Si oui, lesquelles ? - Pensez-vous qu'il s'agit d'un secteur contraignant ? Si, oui pourquoi ?
--	--

Source : Par moi-même

Annexe N°II-2 : Guide d'entretien pour professionnels en tourisme

Tableau N°A-5 : Guide d'entretien pour professionnel du tourisme

Guide d'entretien pour professionnels du tourisme	
Entretien mené par : SAADI Yanis – Etudiant à l'ENSM S/D Dr. Ahlem ZELLAL Nom de l'interviewé : Organisme et fonction : Date : Lieu : Durée :	
Rubriques	Questions
Profil de professionnel du tourisme	- Présentez-vous ? (Nom, prénom, formation, fonction, expérience)
Contraintes rencontrées chez les entrepreneurs	- Selon vous, L'idée et la motivation sont-elles importantes pour un projet ? Si oui, pourquoi ? - Selon vous, existe-t-il des contraintes en ce qui concerne l'aspect juridique et administratif (agrément, licence d'exploitation, loi ...) dans le cas d'investissement touristique ? Si oui, lesquelles ? - Selon vous, existe-t-il des contraintes en ce qui concerne l'aspect finance (crédit bancaire, comptabilité ...) Dans le cas d'investissement touristique ? Si oui, lesquelles ? - Pensez-vous qu'il s'agit d'un secteur du tourisme est contraignant ? Si, oui pourquoi ? Un mot pour les jeunes entrepreneurs ?

Source : Par moi-même