Analyse et interprétation des résultats

Cette section comprend deux niveaux d'analyse. Le premier niveau est en fait le prolongement de l'interprétation des résultats dans la mesure où leur commentaire est fait de manière superficielle.

Quant au deuxième niveau, il constitue la charnière de l'analyse, en ce sens qu'il est le corollaire à notre hypothèse de travail qui consiste à vérifier les pratiques communicationnelles qui peuvent être mise en œuvre dans la perspective du développement de l'entrepreneuriat dans le cadre du développement durable en Algérie et à Annaba en particulier.

Cette problématique repose sur un certain nombre d'éléments explicatifs liés les uns aux autres, éléments inhérents au mode de management qui est pratiqué par les PME d'Annaba ou le gestionnaire joue le rôle de leadership pour véhiculer les valeurs du développement durable.

Pour ce deuxième niveau, le recours au mode d'approche systémique est donc nécessaire, puisque, comme le fait remarquer Jerry Pouztar²⁷⁴

« Nous n'en sommes plus à l'affirmation dogmatique du déterminisme Laplacien qui n'admettait, en fait ou en théorie, qu'un seul univers de phénomènes, soumis aux seuls et mêmes principes de causalité linéaire, c'est-à-dire ignorant les effets de régulation de rétroaction »

Ainsi nous commençons par noter que le contexte de l'étude: connaissances, pratiques des entrepreneurs, prise de décision, participation, sont véhiculés par le langage de l'entrepreneur sous formes d'injonctions.

Ces injonctions ne sont pas fortuites mais donnent lieu à une signification, à un sens qui correspond à la recherche des meilleures conditions quant au déroulement du processus entrepreneurial. Les injonctions auraient, dans ce sens, pour intention de promouvoir un profil d'entrepreneur « adéquat » de type éco transformationnel, conditions sans lesquelles aucun processus de la transmission des connaissances ne peut se réaliser.

²⁷⁴Pocztar J (1989) : Analyse systémique, Paris, p 46.

Elles constitueraient ce que nous appelons les aptitudes des entrepreneurs à travers le langage et la présence d'un profil d'entrepreneur leadership « éco transformationnel ». Ces aptitudes pour ce profil se manifesteraient à partir des formes d'injonctions verbales directes et indirectes.

Nous avons relevés à travers l'observation directe les quatre types de profils :

- Entrepreneur avec participation forte active.
- Entrepreneur avec participation forte non active.
- Entrepreneur avec participation faibles (active)
- Entrepreneur avec participation faibles (passive) (démissionnaire)

Le profil de l'entrepreneur tel qu'il est conçu dans la partie théorique de type éco transformationnel est d'une part applicable sur le terrain c'est-à-dire reflète une certaine catégorie d'entrepreneur en question.

De manière générale le profil proposé ne serait pas spécifique à une catégorie d'entrepreneur, c'est-à-dire qu'il serait difficile d'affirmer qu'un facteur ou plusieurs précis, parmi ceux que nous avons retenus, exercent une influence directe sur les comportements des entrepreneurs en rapport avec les valeurs du développement durable.

I. Profil des entrepreneurs en questions :

Nous ne pouvons noter, et comme nous le montre les résultats que les entrepreneurs en question qui sont: de tous genres, âges, niveaux d'études confondus, et ce quel que soit la dimension de la PME et le marché ciblé, adoptent des attitudes en cohérence à l'égard d'une éducation pour un développement durable de l'entrepreneuriat.

Concernant la possibilité de l'application de ce nouveau profil d'entrepreneur durable comme un leadership de type éco transformationnel, nous avons à travers les résultats du questionnaire dans la partie données informatives, entrepreneuriat durable et communication responsable quelques indicateurs de son émergence, par rapport aux caractéristiques proposées dans la partie théorique.

Les caractéristiques du leadership de type éco transformationnel tel qu'il est proposé sont :

1. **Qu'il soit un Coach** : pour l'être il faut tout d'abord avoir un certain niveau intellectuel et en se référant aux taux des résultats relatifs au niveau intellectuel des entrepreneurs en question, ces taux nous montrent que la majorité des membres de l'échantillon ont assumé un profil du manager vu leurs capacités intellectuelles « détenant un taux de 78% de dirigeant ayant effectué des études universitaires ».
2. **Qu'il soit un Médiateur entre le local et l'international, entre le présent et le futur** : nous pensons que les indicateurs qui peuvent nous amener à faire des spéculations sur la possibilité de l'émergence de cette caractéristique. Nous avons tout d'abord à travers les résultats du questionnaire que le taux de responsables ayant une faible expérience professionnelle représente le nombre le plus élevé. Ce résultat nous incite à penser qu'il y a une possibilité de former et sensibiliser au développement durable ces entrepreneurs dès le début de leur carrière à penser globalement et agir localement. Cette observation se trouve renforcée à travers les résultats obtenus quant à la dimension de l'entreprise puisque le plus grand nombre des entrepreneurs en questions ont une dimension locale en termes d'investissement alors que pour la nature du marché ciblé nous avons obtenus le plus grand pourcentage des entrepreneurs en question ayant des perspectives de développement à l'international.
3. **Qu'il mette en place une logique engageante en termes de développement durable²⁷⁵ mais également d'éducation au développement durable²⁷⁶** et ce notamment au plan communicationnel au niveau tous les éco gestes susceptibles d'être développés par ces entrepreneurs et leurs salariés.

²⁷⁵ Joule.V., Bernard, F. & Halime-Falkowicz, S. (2008). Promoting ecocitizenship: in favor of binding communication. *International Scientific Journal for Alternative Energy and Ecology*, 6(62), 214-218.

²⁷⁶ Boillot Francine, 2011, *Notes de cours : Communication éducative environnementale sociocritique*, Université de Nice Sophia Antipolis.

Nous retenons à travers les résultats du questionnaire les questions N°13 et 35 de la partie III « quelques indicateurs de leurs pratiques communicationnelles qui sont en adéquation avec les valeurs du développement durable ».

Le choix de ces techniques de communication va refléter les aptitudes de ces entrepreneurs en question à développer une véritable éducation et sensibilisation au développement durable au sein de leur PME. De fait, leurs réponses à ces questions nous permettent de déduire la fiabilité et la compatibilité de ce choix avec les valeurs du développement durable.

Dans ce contexte particulier, nous avons proposé un ensemble de techniques de communication et nous avons demandé aux entrepreneurs concernés leurs classifications selon l'ordre de leur importance ce, dans l'intention de savoir quelles seraient les techniques qui leur sembleraient les plus pertinentes. A partir des résultats de cette question qui sont affichés dans la section précédente, il s'avère que les sujets ciblés préfèrent les techniques de communication orales. En ce qui concerne les techniques de communication écrites il y a une tendance d'utiliser la communication numérique ce qui peut s'intégrer dans une démarche responsable.

A cet effet, nous pouvons considérer que les entrepreneurs en question ont des aptitudes positives pour un comportement d'une communication responsable, à travers l'intérêt porté à ces techniques qui favorisent l'émergence des éco gestes à ce niveau.

4. Qu'il soit un fédérateur et pour ce faire il faut qu'il travaille avec les parties prenantes.

Pour cette caractéristique, nous avons la dernière question de la dernière partie du questionnaire, qui stipule que le plus grand nombre des entrepreneurs de l'étude considèrent qu'un travail avec les différentes parties prenantes de leur entreprise est la meilleure façon pour renforcer ses compétences et prises de décision à ce niveau.

Quant aux disparités entre les différents pourcentages de ces résultats, nous pouvons préciser qu'ils proviennent également d'un échantillonnage qui peut être en partie hétérogène, même si les éléments explicatifs inhérents au milieu entrepreneurial constituent une partie de notre hypothèse de recherche.

Nous ne nous attardons donc pas à faire leur analyse puisque, nous pouvons bien remarquer, que les réponses fournies par les entrepreneurs à certaines questions mentionnées plus haut dans la section « présentation et commentaire des résultats », traduisent pour ces entrepreneurs, l'existence des contraintes personnelles liées aux conditions de travail, à la gestion des connaissances.

« La majorité des entrepreneurs s'appuie sur les expériences des collègues pour résoudre leurs problèmes personnelles », nous amènent à comprendre clairement, que le phénomène de l'entrepreneuriat et la communication qui en découle tirent également sa substance, de ces éléments. Nous orientons plutôt l'analyse vers les éléments du nouveau profil d'entrepreneur durable comme un vecteur de changement, et pour ce faire il devrait être un leadership de type « éco transformationnel ».

Nous pourrions également noter que sur le plan des données informatives, nous n'avons pu recueillir de l'enquête que l'âge, le niveau intellectuel, la dimension de la PME etc.

Ce profil d'un entrepreneur leadership de type éco transformationnel, dans le contexte de l'étude, tirerait aussi sa substance à partir d'autres éléments liés au cadre communicationnel et qui représenteraient les facteurs pouvant inhiber ou favoriser ce nouveau profil.

Les résultats de cette démarche d'enquête tendent à confirmer nos présomptions et nos hypothèses qui sont au cœur de notre étude.

Pour de nombreux chercheurs, comme Edgar Morin, cité par Jacques Theys et Bernard Kalaora²⁷⁷, la prise en compte de l'environnement et des interactions entre les différents écosystèmes, est nécessaire, qui nous amène à une révolution de la pensée. Selon lui, un nouveau paradigme se met en place, fondé sur « le double pilotage de la nature et la recherche d'une pensée qui respecte la complexité de l'organisation vivante « transformant ainsi » profondément le rôle de l'être humain. Nous pensons que si le rôle doit changer aussi bien un

²⁷⁷Theys, B. Kalaora, op. cit, P70.

changement de profil « caractéristiques » est préconisé. Et c'est à partir de cette logique que nous avons intégré ce nouveau profil en particulier, ciblé les entrepreneurs pour monter leur rôle de leadership dans la perspective d'un développement durable des entreprises. Cette hypothèse est validée à travers le profil déjà proposé par l'existence des aptitudes positives envers cette question. Ce qui engendre la validation de l'hypothèse suivante inhérente à l'existence de l'entreprise durable par le biais de l'entrepreneuriat et si vraiment le gestionnaire joue vraiment le rôle d'entrepreneur.

II. Entrepreneuriat « entreprise durable » :

A travers les réponses obtenues, il ressort de cette étude les éléments suivants :

- La majorité des entrepreneurs en question ont un plan de développement qui contient essentiellement un plan de communication.
- Les entrepreneurs composant l'échantillon ont connu des risques « essentiellement risques marchés, liés à des troubles sociaux», et sont capables de les maîtriser.(« le risque étant une dimension de l'entrepreneuriat »).
- La conception de la responsabilité sociale des entrepreneurs est partiellement validée
- Les entrepreneurs en question considèrent les salariés comme des partenaires à part entière.
- Les entrepreneurs considèrent les fournisseurs comme pouvant les aider en termes de respect des engagements au plan du développement durable.
- Les entrepreneurs considèrent les pouvoirs publics comme régulateurs et facilitateurs d'actions.
- Les entrepreneurs considèrent les consommateurs comme des partenaires à part entière, c'est-à-dire des « consommacteurs » voire des « consom'acteurs ».
- L'entreprise durable selon les entrepreneurs correspond à une organisation dont la durée repose sur la maîtrise de production et la maîtrise du marché.

A cet effet par manque de prédominance d'entrepreneurs prenant en considération le respect de l'environnement dans leur définition de l'entreprise durable, nous pouvons dire qu'à partir de là ces entrepreneurs n'arrivent pas à définir convenablement l'entreprise durable, par manque de formation dans ce domaine qui demeure un terrain fertile mais à renforcer dans un pays comme l'Algérie.

- La citoyenneté de l'entreprise selon les entrepreneurs en question se limite à un respect rigoureux de la législation et de l'environnement.
- Contrairement à la définition de l'entreprise durable vue plus haut, les entrepreneurs arrivent à intégrer la dimension environnementale dans leur définition de la citoyenneté. Ceci nous confirme leurs prédispositions à développer des aptitudes positives envers cette question, malgré toutes les contraintes qui sont d'ordre économiques, juridiques, écologiques, technologiques et politiques pour la plupart d'entre eux.
- Enfin nous arrivons à montrer le rôle de la communication qui représente véritablement le quatrième pilier du développement durable et en quoi elle peut amener les entreprises à pratiquer un mode de management de type éco transformationnel.

III. La communication responsable :

- La majorité des entrepreneurs en question rencontre parfois des problèmes lors de l'exécution de leurs activités, ces problèmes concernent davantage l'organisation et les relations personnelles.
- La plupart de ces entrepreneurs rencontrent parfois des difficultés lors de la résolution des problèmes à cause d'un manque au niveau matériel et humain, en plus l'absence d'aide et de soutien des collègues.
- La principale source d'information de ces entrepreneurs est la connaissance personnelle ainsi que le recours aux banques de données enregistrées.
- Les techniques de communication utilisées pour s'informer par ces entrepreneurs sont les techniques de communication orales (rencontres personnelles, communications téléphoniques), ensuite l'internet et le courrier électronique ».

- Les entrepreneurs en question préfèrent une information précise et détaillée, pour l'appréciation exacte du problème.
- La concertation est la meilleure méthode qui consiste à prendre une décision rationnelle selon ces entrepreneurs.
- Les entrepreneurs font parfois participer d'autres personnes à la prise de décision pour exploiter leurs expériences et compétences.
- Les facteurs qui influent sur la prise de décision sont : les qualités personnelles, la compétence, l'expérience et le niveau d'habilitation scientifique.
- Les entrepreneurs en question analysent profondément la décision avant son application.
- Ces entrepreneurs précisent souvent un plan de travail détaillé en vue de l'exécution des décisions par le personnel.
- Les techniques de communication souvent utilisées en vue de l'exécution des décisions sont : les réunions, le courrier électronique, les rencontres personnelles et la communication écrite.
- La plupart de ces entrepreneurs évaluent les résultats des décisions exécutées. Ces résultats font très souvent l'objet d'un enregistrement à des fins d'exploitation ultérieures ou futures « souvent en fichiers électronique ».
- La récupération des informations qui s'avèrent nécessaire pour l'entrepreneur s'opère facilement.
- Les suggestions de ces entrepreneurs pour accroître les compétences d'un gestionnaire dans une situation de prise de décision dans le cadre du développement durable sont :
 - ❖ S'appuyer sur les parties prenantes.
 - ❖ S'appuyer sur des expériences d'ordre local.
 - ❖ Développer une formation appropriée dispensée dans des établissements spécialisés.

- ❖ S'appuyer sur des expériences d'ordre international.
- ❖ Mettre en place une formation appropriée dispensée par des spécialistes sur site.
- ❖ S'appuyer sur des expériences d'ordre national.

En conclusion nous pouvons dire que le domaine de l'entrepreneuriat durable et de la communication responsable se sont des domaines où les méthodes de travail changent et évoluent considérablement. Une des missions clés de l'entrepreneur est de suivre cette évolution et de véhiculer les nouvelles méthodes de travail et de communication à travers son profil afin de développer ou se rapprocher le plus possible d'un leadership de type « éco transformationnel ».

La conclusion de ce dernier chapitre de la deuxième partie nous conduit maintenant à la conclusion générale de cette recherche.

Conclusion générale :

Au terme de cette thèse, nous souhaiterions sensibiliser nos éventuels lecteurs, qu'avant d'aboutir, nous avons rencontré un certain nombre de difficultés qui s'échelonnent sur deux niveaux : les difficultés du contexte et celui de la rédaction.

En premier lieu, contrairement au temps initial prévu pour notre travail de recherche à savoir, trois années, nous avons dû dépasser cette durée.

En effet, les problèmes d'ordres sociaux répétitifs surtout en Algérie et à Annaba en particulier, en même temps que l'absence régulière des entrepreneurs, ont perturbé le bon déroulement des observations systématiques auprès de ces derniers dans leur contexte.

En second lieu, pour le contexte de rédaction, nous évoquons au départ, le dépouillement des résultats empiriques. Ceci nous a pris énormément du temps avant de commencer la rédaction du texte proprement dite. Quant à la rédaction est faite en langue considérée étrangère pour l'auteur.

De plus, des conditions de santé et économiques difficiles ont eu un impact fort sur l'avancement de sa rédaction.

Malgré toutes ces difficultés ci-dessus mentionnées et après un bon nombre d'années passées, nous sommes enfin arrivés à produire ce document que vous avez dans vos mains.

A L'aide des techniques d'observation directe, des questions d'entretien – discussion autour d'un thème, l'étude réalisée au niveau des PME de la ville d'Annaba, sur le phénomène de l'entrepreneuriat et la communication dans le cadre du développement durable, nous amène à tirer un certain nombre de conclusions suivantes :

La question environnementale et le développement de la responsabilité sociale des entreprises ont permis l'émergence d'un nouveau type de communication dans lequel le rôle de l'entrepreneur développant un leadership de type éco transformationnel est prépondérant.

Afin de véhiculer ce nouveau profil la ou les concepts et les méthodes de la communication doivent être adoptées et développées dans une approche plus transparente et de proximité visant à la prise de conscience des réalités environnementales.

Il est important de souligner que nos résultats confirment en partie notre hypothèse générale, à savoir, l'émergence chez les entrepreneurs les caractéristiques d'un entrepreneur qui communique autour du développement durable, à travers des actions concrètes sur le terrain. Mais ces applications restent souvent en dessous des ambitions affichées de l'entreprise et des ambitions d'une communication environnementale citoyenne.

Notre première hypothèse, selon laquelle les entrepreneurs en question savent gérer leurs connaissances, aptitudes et pratiques pour déterminer le poids des contraintes qui l'empêchent de jouer le rôle d'un leadership dans la perspective de développement durable. A travers cette hypothèse nous avons abouti à un profil d'entrepreneur ayant un leadership de type Eco transformationnel, qui a été en partie validé par nos analyses.

Par rapport au positionnement des PME et de son créateur « entrepreneur », il n'y a en fait qu'une partie de cette catégorie qui prétend intégrer la dimension responsable, le reste des entrepreneurs y faisant obstacle, à cause de la complexité des dimensions écologiques, économiques, sociales, éthiques, culturelles et politiques de cette nouvelle approche.

L'hypothèse suivante, est orientée vers les pratiques de la communication en matière de choix de techniques propices aux valeurs de développement durable, en raison de présence de quelques indices lors de l'analyse relative au choix de ces entreprises en question. Nous avons pu ici déduire qu'au plan de ces techniques de communication il y a des aptitudes positives concernant la fiabilité et la compatibilité de ce choix avec les principes et les valeurs de développement durable.

Ces considérations nous amènent maintenant à déceler les limites de notre travail de recherche. Car arriver à une telle conclusion n'a pas été simple. Les limites de la recherche qui ont abouti à ce résultat ont été franchies progressivement, au fil du développement de notre compréhension des enjeux du questionnement. Il a fallu comprendre le processus de recherche scientifique en sciences humaines et notamment en entrepreneuriat et développement durable et l'adapter à la mise en œuvre de notre propre sujet d'étude.

La première des difficultés, face au corpus des savoirs existants, fut de délimiter précisément l'objet de notre recherche.

Les contraintes de l'axe de recherche n'ont pas permis de développer toutes les dimensions. La notion de développement durable, est comme nous l'avons vu, soumise à des