

*Management de la petite entreprise des loisirs sportifs, une approche socioéconomique*, Malek BOUHAOUALA, Préface de Boualem ALIOUAT, Éditions De Boeck Université, Bruxelles, 2008, 158 p., ISSN 1782-7191, ISBN 978-2-8041-5622-0

Tourisme, sport et développement  
Volume 28, Number 2, 2009

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1024815ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1024815ar>

[See table of contents](#)

**Publisher(s)**

Université du Québec à Montréal

**ISSN**

0712-8657 (print)

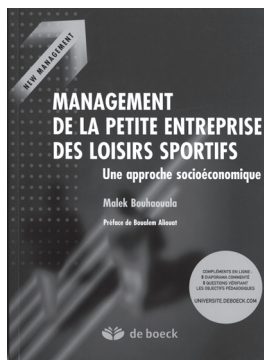
1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

**Cite this review**

(2009). Review of [*Management de la petite entreprise des loisirs sportifs, une approche socioéconomique*, Malek BOUHAOUALA, Préface de Boualem ALIOUAT, Éditions De Boeck Université, Bruxelles, 2008, 158 p., ISSN 1782-7191, ISBN 978-2-8041-5622-0]. *Téoros*, 28(2), 101–101.  
<https://doi.org/10.7202/1024815ar>

## POUR EN LIRE PLUS



### ***Management de la petite entreprise des loisirs sportifs, une approche socioéconomique***

Malek BOUHAOUALA

Préface de Boualem ALIOUAT

Éditions De Boeck Université, Bruxelles, 2008, 158 pages, ISSN 1782-7191, ISBN 978-2-8041-5622-0

Malek Bouhaouala poursuit là où les autres ont laissé. Son ouvrage multidisciplinaire vient compléter l'étude des phénomènes touristiques en s'intéressant aux petites entreprises et aux petits entrepreneurs de l'industrie. Son ouvrage vient ainsi combler un terrain généralement peu scruté. À partir d'une analyse socio-économique de l'entreprise, Bouhaouala pose le regard sur la petite entreprise et son dirigeant-entrepreneur. Quelles sont ses motivations et ses objectifs? Quel rôle peut-il jouer sur son environnement social et économique? En redonnant son humanité à l'entrepreneur, Bouhaouala souligne la capacité de ce dernier de façonner sa petite entreprise par sa personnalité, ses valeurs et sa passion (sa « micro-mentalité », p. 147). Ce faisant, le portrait de la petite entreprise proposé ici n'est plus systématiquement cohérent avec les modèles théoriques de la gestion orthodoxe organisée autour de l'efficacité et de la performance économique (p. 15). Il s'aligne davantage sur le concept de micro-mentalité, défini comme le regroupement d'un ensemble de valeurs, de conceptions (de l'économie, de l'entreprise, du profit, etc.), de motifs et de buts « qui contribuent à créer une vision subjective du monde chez l'entrepreneur » (p. 16). Parce qu'elles partagent un espace géographique commun (comme dans le domaine du loisir sportif de nature), ces petites entreprises peuvent adopter des valeurs communes et ainsi orienter leurs comportements, leurs choix économiques et le développement de l'offre locale territorialisée.

Tandis que l'introduction interroge la façon de dépasser les explications économistes, le cœur de l'ouvrage décortique quatre modèles de micro-gestionnaires (le dirigeant indépendant passionné, le dirigeant entrepreneur indépendant, le dirigeant conservateur patrimonial et le dirigeant manager gestionnaire), proposant pour chacun un regard sur la nature de son travail, son rapport avec le sport, son approche de mise en marché des produits touristiques (marketing), etc. Le livre s'achève avec deux chapitres consacrés tour à tour à l'influence de la micro-mentalité sur les choix et stratégies de la petite entreprise ainsi qu'au concept d'offre locale socialisée qui dévoile la régulation et le développement des marchés locaux.

Par son approche nouvelle et rafraîchissante, le livre ne manquera pas d'intéresser les étudiants et étudiantes en gestion et en entrepreneuriat pour une lecture empirique et pratique de nouveaux modèles de gestion.

D'autres suggestions de lectures :

### ***Sport Tourism: Participant, Policy and Providers***

Mike EWEED et Chris BULL

Butterworth-Heinemann, 2<sup>e</sup> édition, 2009, 360 pages, ISBN-10 : 0750683759

### ***Le tourisme sportif***

Sous la direction de Claude SOBRY

Presses universitaires du Septentrion, 2004, 384 pages, ISBN-10: 2859398589