ECOLE DES HAUTES ETUDES COMMERCIALES

EHEC

Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme de

Master en Sciences commerciales

Spécialité : Management et Entrepreneuriat

THÈME :

L'impact de la convention ANADE-Maison de l'entrepreneuriat sur la création d'entreprise au milieu universitaire

Etude de cas : ANADE Tipaza

Elaboré par :

Mr. SAIDI Abdelhak

Encadré par :

Dr. BRAHITI Ibtissem

Maitre de conférence-B-

à l'EHEC

08ème Promotion

Juin 2021

ECOLE DES HAUTES ETUDES COMMERCIALES

EHEC

Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme de

Master en Sciences commerciales

Spécialité : Management et Entrepreneuriat

THÈME :

L'impact de la convention ANADE-Maison de l'entrepreneuriat sur la création d'entreprise au milieu universitaire

Etude de cas : ANADE Tipaza

Elaboré par :

Mr. SAIDI Abdelhak

Encadré par :

Dr. BRAHITI Ibtissem

Maitre de conférence-B-

à l'EHEC

08ème Promotion

Juin 2021

Dédicaces

Je dédie mon mémoire à :

Maman, la lumière de mes jours, décédée en Février dernier, qui s'est vouée corps et âme à m'élever m'instruire, et m'armée de patience et de courage et m'a comblée de son amour Inconditionnel, elle représente pour moi le symbole de la force, sans elle rien n'aurait été possible, Que dieu garde son âme dans son vaste Paradis.

Papa, l'homme de ma vie, décédé trop tôt, qui m'a toujours poussé et motivé dans mes études. J'espère que, du monde qui est sein maintenant, il apprécie cet humble geste comme preuve de reconnaissance de la part d'un fils qui a toujours prié pour le salut de son âme. Puisse Dieu, le tout puissant, l'avoir en sa sainte miséricorde!

Mon Cher Ami Abdeljalil, décédé trop tôt, qui m'a toujours motivé et aidé dans mon parcours. Que dieu garde son âme dans son vaste Paradis.

Mon Grand frère Abdeslam et ma sœur Rayene, qui n'ont jamais cessé à m'encourager et de veiller sur moi, si je suis là c'est grâce à eux.

Toute ma famille et spécialement **Ma grand-mère** et mon oncle **SAIDI Mabrouk** et toutes **mes tantes**.

A **L'équipe E32, Chouaib, Aymen, AKram, Abderaouf, Abdou, Moundir, Zakaria** et **tous mes amis** qui m'ont épaulés et Supportés durant cette épreuve et durant toute ma vie.

Remerciements

Nous tenons à remercier tout d'abord Allah, le tout puissant pour nous avoir donné le courage et la volonté de réaliser ce travail.

Nos remerciements les plus sincères vont à **Dr. BRAHITI Ibtissem** notre encadreur de mémoire pour les conseils qu'elle nous a prodigué, la patience, la confiance qu'elle nous a témoignés ont été déterminants dans la réalisation de notre travail de recherche.

Nous tenons aussi à remercier l'ensemble du personnel de **l'ANADE** pour leur collaboration, plus particulièrement **Mme. MEDBEL Hakima** pour sa précieuse aide qu'il nous a apporté.

Nous dressons aussi nos remerciements à l'ensemble du personnel de l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales et plus particulièrement le corps professoral qui a bien voulu partagé ses connaissances durant notre passage.

Enfin, nous tenons à remercie tous ceux qui ont participé de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

Résumé

Parmi les formes de coopération entre l'université et les organismes d'accompagnement en Algérie, on retrouve la convention conclue entre l'université et l'Agence nationale d'appuis et de développement de l'entrepreneuriat (ANADE Ex Ansej), qui prévoit la mise en place de maison de l'entrepreneuriat sur le campus universitaire au profit des étudiants afin de les motiver à entrer dans le monde de l'investissement et de l'entrepreneuriat, et de bénéficier des avantages accordés par l'Agence en Sous l'accompagnement et le double encadrement par les animateurs de l'agence ainsi que des professeurs d'université.

Mots-clés : université, maison de l'entrepreneuriat, ANADE, accompagnement.

Summary

Among the forms of cooperation between the university and support organizations in Algeria, we find the agreement concluded between the university and the National Agency for Support and Development of Entrepreneurship (ANADE Ex Ansej) which provides for the establishment entrepreneurship house on the university campus for the benefit of students in order to motivate them to enter the world of investment and entrepreneurship, and to benefit from the advantages granted by the Agency under the support and double supervision by the agency leaders as well as university professors.

Keywords: university, the entrepreneurship house, ANADE, accompaniment.

ملخص

من بين أشكال التعاون بين الجامعة والمنظمات الداعمة في الجزائر، نجد الاتفاقية المبرمة بين الجامعة والوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (ANADE Ex Ansej)والتي تنص على إنشاء مركز ريادة الأعمال في الحرم الجامعي. لصالح الطلاب لتحفيزهم على دخول عالم الاستثمار وريادة الأعمال، والاستفادة من المزايا التي تمنحها الوكالة تحت إشراف ومساندة مزدوجة من قبل قيادات الوكالة وأساتذة الجامعات.

الكلمات المفتاحية: الجامعة، دار المقاولاتية، ANADE، المرافقة .

Liste des tableaux

Tableau	Page
Tableau 1.1. L'entrepreneur selon les écoles de pensée	18
Tableau 2.1. Les écoles de pensée de la stratégie selon H. Mintzberg	28
Tableau 3.1. Comparaison logique causale, logique effectual	35
Tableau 1.2. Nouvelle définition des PME selon l'UE	47
Tableau 2.2. Tableau récapitulatif sur les différents types d'entreprises en Algérie	52
Tableau 3.2. Tableau récapitulatif sur les types d'entreprises selon des critères juridique	53
Tableau 1.3. Le mode de financement triangulaire	74
Tableau 2.3. Le mode de financement mixte	74
Tableau 3.3. Mécanisme de remboursement des crédits	75
Tableau 4.3. Répartition des étudiants selon l'Age	88
Tableau 5.3. Les données d'enquêté de l'entrepreneure (Tipaza)	97
Tableau 6.3. Présentation de l'entreprise enquêtée	98

Liste des figures

Figure	Page
Figure 1.1. Dialogique individu/création de valeur comme système ouvert	11
Figure 2.1. Schématisation des étapes du processus entrepreneurial	12
Figure 3.1. La chaine de valeur de porter (1986)	25
Figure 4.1. Les points essentiels d'un Business plan	33
Figure 1.3. Accompagnement des jeunes promoteurs	70
Figure 2.3. Les étapes de création d'une micro entreprise par l'ANADE	72
Figure 3.3. Condition d'éligibilité	73
Figure 4.3. Comité de pilotage de la maison de l'entrepreneuriat	79
Figure 5.3. Répartition des étudiants selon le sexe	87
Figure 6.3. Répartition des étudiants selon les écoles	88
Figure 7.3. Répartition d'échantillon selon le niveau	89
Figure 8.3. L'intensité de création d'entreprise chez les étudiants	89
Figure 9.3. L'échéance de création d'entreprise	90
Figure 10.3. Les contraintes de la création d'entreprise	90
Figure 11.3. Le dispositif ANADE	91
Figure 12.3. La nouvelle forme de financement	92
Figure 13.3. La maison de l'entrepreneuriat	92
Figure 14.3. La participation des étudiants	93
Figure 15.3. La qualité des activités de la maison de l'entrepreneuriat	93
Figure 16.3. La convention ANADE-MDE	94

Figure 17.3. L'utilité du partenariat entre ANADE et maison de l'entrepreneuriat	94
Figure 18.3. Le partenariat et la création de l'entreprise	95
Figure 19.3. Le Passage par la MDE	95
Figure 20.3. Les attentes des étudiants du dispositif	96

Liste des abréviations

Abréviation	Signification
ANADE	Agence Nationale d'Appuis et de Développement entrepreneurial
ANDI	Agence Nationale de Développement des Investissements
ANGEM	Agence Nationale de Gestion du Microcrédit
ANSEJ	Agence National de Soutien à l'Emploi des Jeunes
CNAC	Caisse Nationale d'Allocation Chômage
CNI	Conseil National de l'investissement
EHEC	Ecole Des Hautes Etudes Commerciales
ENSM	Ecole Nationale Supérieure de Management
ENSSEA	Ecole Nationale Supérieure de statistique et Economie Appliqué
ESC	Ecole Supérieure de Commerce
ESGEN	Ecole Supérieure de Gestion et Economie Numérique
EURL	Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée
IFU	Impôt Forfaitaire Unique
MDE	Maison De L'entrepreneuriat
NPO	Non Profit Organisation
PME	Petite et Moyenne Entreprise
PMI	Petit et Moyen industrie
PNR	Prêt Non Rémunéré
Sarl	Une société à Responsabilité Limitée
SEM	Les Sociétés d'Economie Mixte
SGBD	Systèmes de Gestion de Bases de Données
SNC	Société en Nom Collectif
SPA	Société Par Action
TPE	Très Petite Entreprise.

SOMMAIRE

INTRODUCTION GÉNÉRALE…….1

Chapitre 01 : Généralités sur l'entrepreneuriat…….8

- Section 01 : Cadre conceptuel de l'entrepreneuriat…….9
- Section 02 : Notions liées à l'entrepreneuriat……23

Chapitre 02 : Les petites et moyennes entreprises éléments moteur de l'entrepreneuriat.37

- Section 01 : Généralités sur les PME…….39
- Section 02 : Les stratégies de développement et d'incitation à la création des PME….56

Chapitre 03 : Impact de la convention ANADE-MDE au milieu universitaire……65

- Section 01 : Présentation du dispositif ANADE « Agence Nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat » et de la maison de l'entrepreneuriat……..67
- Section 02 : Méthodologie, analyse et résultats de l'enquête……79

CONCLUSION GENERALE……..101

INTRODUCTION GÉNÉRALE

INTRODUCTION GENERALE

On vit dans un monde instable et de plus de en plus incertain, ou tout le monde cherche un futur confortable et pressé à prendre sa retraite. En revanche rares sont les personnes qui atteignent ce but, l'histoire nous illustre que le future appartient à ceux qui osent, à ceux qui ont l'amour du risque et à ceux qui entreprennent. Le fameux fondateur de la société Facebook MARK ZUKERBERG dit : " *le plus grand risque est de ne pas prendre le risque du tout … Dans un monde qui évolue très rapidement, la seule stratégie qui est sure d'échouer est de ne pas prendre des risques* ".

A l'heure actuelle, Des études de certaines économies puissantes, dont l'Europe, ont montré que leur économie dépend des petites et moyennes entreprises (PME), qui représentent une grande partie du nombre total d'entreprises opérant dans la plupart des pays du monde. Elles sont également responsables d'une grande partie de la production nationale et font l'objet de politiques visant à réduire le chômage et augmenter l'emploi, les revenus, l'innovation et le progrès technologique.

En Algérie, après l'engagement de l'économie administrée, qui s'est basée sur le secteur public vers l'économie de marché, qui se base sur le secteur privé, des nombreux dispositifs (ANADE, ANGEM, CNAC, ANDI, FGAR, CGCI, centres de facilitation et pépinières d'entreprise) ou organisations ont émergé et destinés à accompagner et promouvoir l'entrepreneuriat et la création des petites et moyennes entreprises. Ces dispositifs et organisations ont instauré le climat idéal pour encourager les jeunes entrepreneurs à créer leurs propres entreprises dans le but d'apporter des solutions innovantes à des problèmes que les gouvernements et les institutions publiques échouent depuis longtemps à résoudre.

Parmi ces divers dispositifs, l'ANADE en direction des jeunes voulant créer leurs propres entreprises, Ce dispositif a abouti bien à des résultats mais qui apparaissent loin des objectifs escomptés, en raison des nombreux obstacles comme la mauvaise gestion et le manque d'esprit contractuel qui ont nécessité des aménagements et des réadaptations. Dans ce contexte, depuis 2004, le Bureau international du Travail (BIT) et l'Organisation arabe du Travail (Organisation arabe du Travail), en coopération avec l'Agence nationale pour le soutien à l'emploi des jeunes, ont organisé des sessions de formation en Algérie pour soutenir l'esprit d'entreprise des entrepreneurs à travers le programme (CREE−GERME) (Créez et Gérez mieux votre entreprise).

Ce programme s'appuie sur des diverses formations éducatives qui fournissent au groupe des entrepreneurs les connaissances et les compétences nécessaires pour établir, maintenir et

développer leurs propres entreprises. Dans ce cadre, un accord-cadre a été conclu entre le ministère du Travail, de l'Emploi et de la Sécurité sociale et le ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche scientifique. Pour soutenir l'esprit entrepreneurial dans la communauté universitaire, cette Convention a été concrétisée par la conclusion d'accords locaux au niveau de l'État entre l'Agence nationale pour le soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ) et l'Université.

Dans le cadre de cet accord la maison de l'entrepreneuriat a émergé, afin d'assurer son fonctionnement et la réalisation de ses objectifs et tâches, des comités locaux mixtes sont établis pour diffuser, promouvoir et activer l'esprit entrepreneurial des étudiants universitaires en mettant en œuvre des programmes et en organisant des sessions de formation qui fournissent aux étudiants les connaissances et les compétences nécessaires pour établir, maintenir et développer leurs propres micro entreprises.

L'importance du sujet

L'entrepreneuriat est un sujet d'actualité d'une importance capitale car de nos jours la création d'entreprise est abordée comme un moyen de renforcement de la concurrence à l'échelle nationale qu'internationale et elle représente un moyen de lutte contre le chômage et de création d'emplois. Pour cela, à travers cette recherche nous voulons mesurer l'impact du partenariat entre l'ANADE et la maison de l'entrepreneuriat sur la création d'entreprise au milieu universitaire.

Justification du choix du thème

Plusieurs raisons nous ont poussés à traiter ce thème et qui se résument comme suit :

- La nature du sujet s'inscrit dans le cadre de notre spécialité ;
- Le désir de faire des recherches et d'élaborer des sujets en relation avec l'entrepreneuriat ;
- La grande importance que joue l'étudiant universitaire en tant que ressource humaine qualifiée pour la création, le développement et la durabilité des micros entreprises ;
- L'insuffisance des études sur la maison de l'entrepreneuriat et sa compagnie aux étudiants en raison de leur nouveauté et de leur manque d'expérience.

Dès lors, la principale question que nous nous posons à ce niveau est de savoir :

Quel est l'impact de la convention ANADE-Maison de l'entrepreneuriat sur la création d'entreprise au milieu universitaire ?

Cependant, cette problématique s'accompagne de plusieurs questions sous-jacentes ci-après :

1. Quel est l'importance de créer les maisons de l'entrepreneuriat au sein des universités ?
2. Le partenariat entre la maison de l'entrepreneuriat et l'ANADE contribue-t-il à la création des PME/TPE ?
3. Est-ce que l'ANADE assure, le soutient et l'accompagnement des entreprises dans la phase poste création ?
4. Quels sont les problèmes et les contraintes les plus importants auxquels la maison de l'entrepreneuriat est confrontée dans l'accomplissement de ses tâches et de ses objectifs ?

Pour pouvoir répondre à ces questionnements nous avons posé les hypothèses suivantes :

- ✓ **Hypothèse 01** : La maison de l'entrepreneuriat assure un accompagnement aux étudiants porteurs d'idées dans ces premiers pas et les oriente vers L'ANADE ;
- ✓ **Hypothèse 02** : La convention ANADE-Maison de l'entrepreneuriat contribue au développement économique.
- ✓ **Hypothèse 03** : Les aides offertes par l'ANADE sont juste des aides financières.
- ✓ **Hypothèse 04** : Les problèmes et les difficultés auxquels la maison de l'entrepreneuriat est confrontée affectent l'accomplissement de ses tâches et la réalisation de ses objectifs.

Pour répondre à nos questions et pouvoir confirmer ou infirmer nos hypothèses de départ, nous avons adopté une méthodologie descriptive analytique. Ainsi nous avons utilisé deux outils de recherche : une étude qualitative et une étude quantitative. Les techniques et méthodes sont les suivantes :

- Une recherche documentaire à travers des ouvrages, articles, revues, thèses et mémoires, les textes réglementaires… etc. Ainsi nous avons essayé de tracer une revue de littérature relative à nos principaux variables de recherche.
- Méthode de recherche qualitative basée sur des entretiens semi directives auprès des responsables de l'ANADE, directeurs des maisons d'entrepreneuriat et entrepreneurs. A l'issu de ces entretiens, nous avons comparé les résultats obtenus pour faire sortir les principales contraintes et contradictions mais aussi proposer quelques pistes de recommandations.

- Méthode de recherche quantitative analysée à l'aide de logiciel informatique EXCEL. Dans ce sens, nous avons construit un questionnaire destiné aux étudiants du pôle universitaire de Kolea, dans le but de connaître leurs avis quant aux maisons de l'entrepreneuriat et l'ANADE.

Dans la perspective d'apporter un profond développement à la problématique précédemment citée, nous avons jugé utile de traiter notre recherche en trois (03) chapitres :

- **Le premier chapitre :** consacré à l'entrepreneuriat, divisé à son tour en deux(2) sections, la première traite le cadre conceptuel de l'entrepreneuriat, tandis que la deuxième section aborde les notions principales liées à l'entrepreneuriat.
- **Le deuxième chapitre :** aborde les PME, il est composé de deux (2) sections, la première traite des généralités sur les PME, quant à la deuxième section aborde les stratégies de développement et d'incitation à la création des petites et moyennes entreprises.
- **Le troisième chapitre :** est consacré à l'étude de cas, divisé en deux (2) sections, la première pour présenter l'organisme d'accueil de l'ANADE et la maison de l'entrepreneuriat, la deuxième section sera consacrer à notre étude pratique.

CHAPITRE 01 :

GENERALITES SUR L'ENTREPRENARIAT

Introduction

Jusqu'à ce jour le concept de l'entrepreneuriat demeure imprécis, il n'y a pas un consensus entre les chercheurs pour une définition unique et universelle. Il existe plusieurs définitions, qu'ils se basent sur des critères divers, varient d'un pays à un autre.

En jouant un rôle important dans le développement des pays, l'entrepreneuriat doit bénéficier d'un regard réel par les pouvoirs publics. Grace à sa contribution à la création de la richesse, mais aussi la création des emplois. Donc l'entrepreneuriat est un phénomène vital pour la société.

Ce premier chapitre est composé de deux sections, dans lesquels on va introduire le cœur du concept de l'entrepreneuriat.

La première section sera consacré à la définition de l'entrepreneuriat, ses formes et son importance, puis il nous a semblé intéressent de parler de l'acteur principale de l'entrepreneuriat qui est l'entrepreneur.

Ensuite nous aborderons, dans une seconde section les notions principales liées à l'entrepreneuriat, qui sont l'innovation et la stratégie entrepreneurial, ainsi que les outils de l'entrepreneuriat qui sont le business model et le business plan, et on va finir avec les différentes logiques de réflexion des entrepreneurs.

Section 1 : Le cadre conceptuel de l'entrepreneuriat

Dans le but d'ajouter plus d'éclaircissements sur le concept d'entreprenariat, nous avons conçu une section dont nous allons présenter l'évolution, les visions, la définition de l'entrepreneuriat, le processus d'entrepreneuriat, les formes d'entrepreneuriat et l'entrepreneur qui est l'acteur principal dans l'entrepreneuriat.

1. Evolution historique de l'entrepreneuriat

1.1. L'entrepreneuriat est une pensée

La première école de pensée en entrepreneuriat est celle des physiocrates français, qui affirment que la prospérité économique a été produite par l'être humain ; avec ses propres efforts, dans des conditions de la nature, afin de créer de nouveaux produits[1].

Alors que dans les années 1942, Schumpeter traite la notion de l'entrepreneuriat, appelée par la suite par les économistes « l'entrepreneuriat traditionnel » ou « l'entrepreneuriat conventionnel », comme étant l'ensemble des méthodes et ressources pour générer la richesse et le développement économique. L'entrepreneuriat conventionnel met l'accent sur les objectifs économiques tels que les revenus et les bénéfices[2].

1.2. Visions de l'entrepreneuriat

Avant de définir ce qu'est l'entrepreneuriat, nous évoquerons brièvement les visions développées à la fin du XXème siècle de ce qui se dessine comme étant le concept économique par excellence de ces dernières décennies. Le terme entrepreneuriat recouvre différentes acceptions qui méritent d'être présentées :[3]

1.2.1. La vision anglo-saxonne de l'entrepreneuriat

Elle fait référence à deux courants de pensée, celui initié par Gartner, et celui initié par Shane et Venkata Raman.

1.2.1.1. L'émergence organisationnelle

Une pensée emmenée par Gartner qui considère l'entrepreneuriat comme un processus qui permet à un individu de créer une nouvelle organisation. Les conditions de cette création sont alors privilégiées.

---

[1] BLINDER (J.K), and BELZ (F.M), «*Sustainable entrepreneurship: what is it?* », KYRO (P): Handbook of Entrepreneurship and Sustainable Development Research, Edward Elgar publishing, Cheltenham, UK – Northampton, Massachusetts, USA, 2015, p.32.

[2] GIBB, (A.A): « *Entrepreneurship and small business management: can we afford to neglect them in the twenty-first century business schools?* », in British revue of Management, Vol.7, 1996, pp.309–321.

[3] LEGER JARNIOU (C), *« un état des lieux de l'entrepreneuriat* », Le grand livre de l'entreprenariat, Editions DUNOD, Paris, 2013, PP. 7-8.

1.2.1.2. L'identification et l'exploitation d'opportunités

Emmenée par Shane et Venkata Raman sur les traces de Stevenson et Jarillo[1]. Dans cette approche, les conditions d'identification et d'émergence d'une nouvelle activité économique sont importantes ainsi que la façon dont elles sont exploitées, mais elles ne conduisent pas forcément à la création d'une nouvelle organisation. Dans ce cas, les opportunités préexistent dans l'environnement. Cette vision associe l'entrepreneuriat à la sphère économique et relaie les valeurs telles que le côté social et l'écologie au second plan.

1.2.2. La vision globale

La seconde vision est plus globale, dans le sens où elle considère l'entrepreneuriat comme un mode de comportement qui s'inscrit dans un processus et dans une relation dialogique individuel ou en équipe, et ce dans un environnement et dans un espace temporel.

Dans ce dernier cas, il s'agit de manières particulières de concevoir les choses, en prenant des initiatives et en agissant ; de se comporter avec la volonté d'essayer de nouvelles choses ou de les faire différemment.

Ces deux visions renvoient pour la première à « l'esprit d'entreprise », souvent associé à la création ou la reprise d'entreprise, et à « l'esprit entrepreneurial » pour la seconde.

2. Définition de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est le processus par lequel un individu (entrepreneur), détecte une opportunité de création de valeur, et la transforme en projet entrepreneurial d'une façon innovante, en mixant un savoir-faire avec un capital et des ressources nécessaires.

Plusieurs auteurs ont données des définitions pour le concept d'entrepreneuriat comme celle de Shane et Venkataraman : « c'est l'étude du comment, par qui et avec quels effets, des opportunités de création de futures biens et services sont découverts, évaluées et exploitées ». [2]

L'OCDE définit l'entrepreneuriat comme « le phénomène associé à l'activité entrepreneuriale, action humaine consistant à entreprendre pour générer de la valeur en créant ou en développant des activités économiques grâce à l'identification et à l'exploitation de nouveaux produits, processus ou marchés»[3]. Dans cette définition on met l'accent sur la création de valeur et la nouveauté des procédés, ce qui nous permet d'associer, de plus en plus, l'entrepreneuriat à l'innovation.

D'une autre part la définition donnée par Alain Fayolle est la suivante :

« L'entrepreneuriat est une dialogique individu/création de valeur nouvelle. Cette relation

[1] STEVENSON (H.H), and JARILLO (J.C) : «*A paradigm of entrepreneurship : entrepreneurial management*», in Strategic Management, 1990, pp.7-8.
[2] FAYOLLE (Allain) : *Apprendre à entreprendre*, 2iémé édition, édition Dunod, Paris, 2012, P.05.
[3] OCDE : *panorama de l'entrepreneuriat*, édition OCDE, canada, 2011, P.03.

particulière qui unit un individu (ou une petite équipe) au projet de valeur s'inscrit dans une double dynamique de changement, pour l'acteur et pour l'environnement concerné par la création de valeur nouvelle. D'une certaine manière et en simplifiant les choses, l'individu (l'entrepreneur) est la condition essentielle de l'existence et de l'évolution du projet, alors que le projet et ce qui fait est ce fait penser, agir et vivre l'individu. Ce couple individu/projet de création de valeur forme un système ouvert sur son environnement. Ce système au cours du processus, va apparaitre, évoluer, de développer ou disparaitre, à travers une succession de configurations et de phases ».[1]

Donc l'entrepreneuriat est un concept multidimensionnel, où les éléments primordiaux sont : l'entrepreneur, l'opportunité, l'innovation, la création de valeur, et le processus.

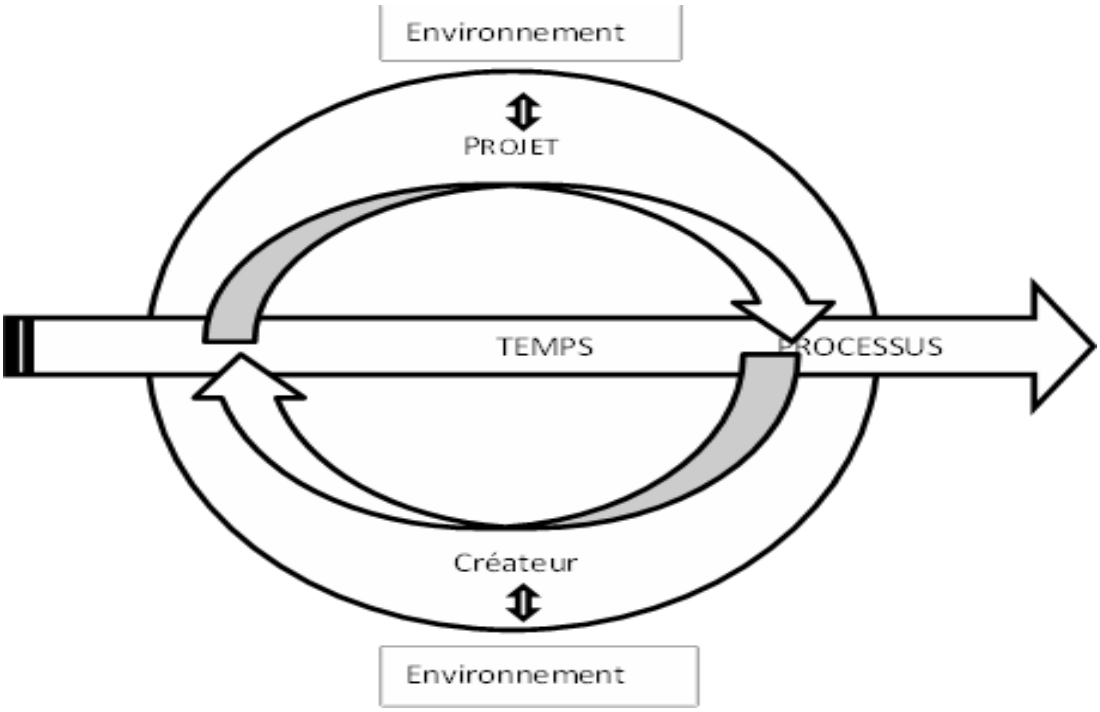
3. Le processus entrepreneurial

L'entrepreneuriat est une dialogique individu/création de valeur. Dans cette conception, l'élément important est le couple en interaction individu/projet, formant un système dynamique ouvert sur son environnement, comme il a été définie par Fayolle : « Le processus entrepreneurial est un système dynamique parce que les projets de création et les nouvelles entreprises évoluent dans le temps, il est holistique parce que cette évolution est la résultante d'un système de variables en interaction».[2]

Comme il est montré dans la figure ci- dessous :

[1] FAYOLLE (A), JEAN-MICHEL (D) : *Dynamique entrepreneurial*, 1ére édition, édition de Boeck, Bruxelles, P.14.
[2] FAYOLLE (A), JEAN-MICHEL (D), *Dynamique entrepreneurial*, Op.cit. P.11.

Figure 1.1 : Dialogique individu/création de valeur comme système ouvert



Source : ALLAIN Fayolle, Apprendre à entreprendre, édition, édition Dunod, Paris, 2012,, P.54

Le créateur conduit un processus lui permettant de réaliser son projet dans les environnements particuliers qui le contraignent, mais qu'il peut choisir et influencer. Il est un acteur stratégique.[1]

Selon Jacquet Lagreze : « 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 »[2].

3.1. Les étapes du processus entrepreneurial

Le processus entrepreneurial est composé de trois étapes essentielles qu'on va les définir ci-dessous :

3.1.1. L'idée de création

L'idée est le noyau de création d'un projet entrepreneurial, elle peut venir de l'individu ou de son environnement, par la suite l'individu peut faire évoluer ses aspirations et ses compétences par des formations dans le domaine.

---

[1] FAYOLE (Allain), *compréhension de l'engagement d'un individu dans le processus de création d'entreprise*, E.M LYON, 2iémé édition, édition Dunod, Paris, 2012, P.75.
[2] FAYOLLE (Allain), *Apprendre à entreprendre*, Op.cit. p.64.

3.1.2. L'engagement et le passage à l'acte

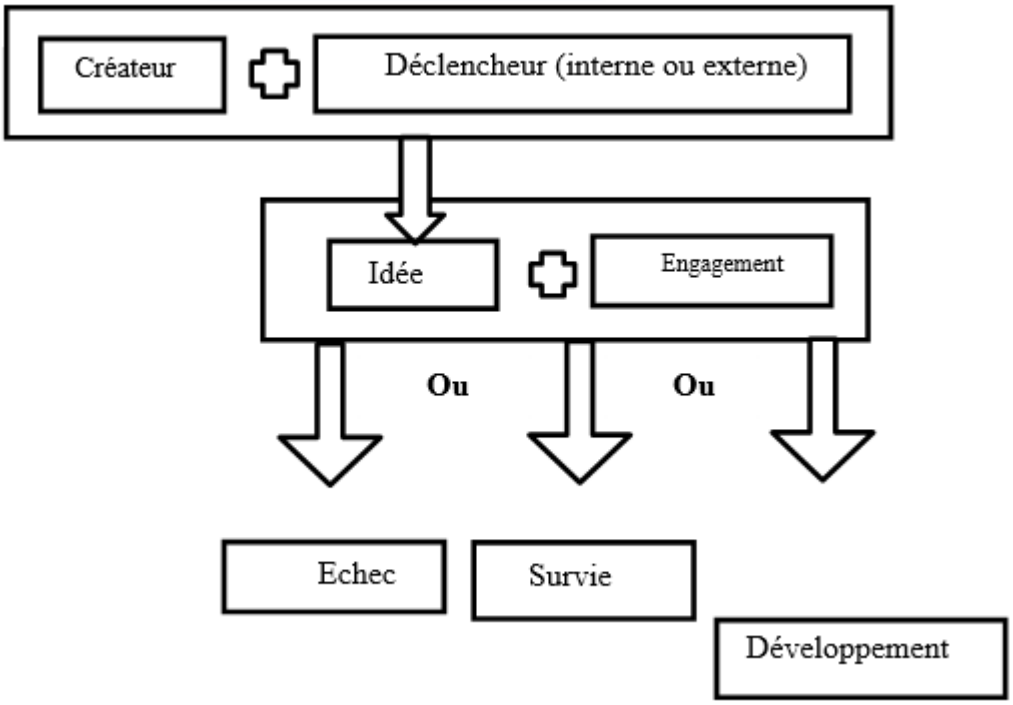
La deuxième étape consiste à passer de l'idée à l'action, l'engagement est une période transitoire, un changement de phase, qui se traduit par une montée en puissance progressive, jusqu'à l'atteinte d'un point de non-retour ou de retour très difficile, George Doriot dit « sans action le monde ne serait encore qu'une idée».[1]

3.1.3. La survie l'échec, ou le développement

L'action de création ne conduit pas toujours à la viabilité de l'entreprise et le résultat du processus peut prendre l'une de ces trois formes : survie, échec, ou développement. La viabilité s'apprécier dans la capacité que l'entreprise nouvelle démontre à trouver un point d'équilibre économique dans un délai raisonnable.

On a résumé le processus entrepreneurial dans la figure ci-après :

Figure 2.1 : Schématisation des étapes du processus entrepreneurial



Source : élaborer par nous-même, on se basant sur PHILIPPE (Silberzahn).

Nous remarquons que le processus entrepreneurial, est engendré par un créateur qui a subi un déclencheur, interne ou externe, qui donne par la suite une idée, cette idée par la suite doit être muni d'un engagement, pour la concrétisation de ce projet entrepreneurial, dont le résultat va être : un échec, une survie, ou un développement.

[1] PHILIPPE (Silberzahn) : *EFFECTUATION les principes de l'entrepreneuriat pour tous*, édition Pearson, France, 2014, P.54.

4. Les formes d'entrepreneuriat

On distingue neuf types essentiels d'entrepreneuriat :

4.1.Entrepreneuriat de types auto création (Free-lance)

L'autocréation d'emploi constitue généralement une alternative, voir une solution, pour ceux qui éprouvent des difficultés à trouver un emploi, ici l'entrepreneur travail seul ou avec des collaborateurs occasionnels, il doit apprendre à se gérer lui-même, à se ressourcer et à gérer son temps. Ce genre d'entrepreneuriat est caractérisé par une forte flexibilité, et dotée d'une grande capacité d'adaptation. Dans un travail autonome, il est impératif de privilégier la relation avec les clients.

4.2. L'entrepreneuriat public

Les entreprises publiques et les différents établissements des gouvernements au niveau National, provincial ou local, orienté vers le service aux citoyens, constituent l'essentiel de l'entrepreneuriat public. Ils contribuent à la création des ressources collectives nécessaires au développement social, économique, culturel et scientifique, la finalité est d'offrir un des services innovants au profit des citoyens.

4.3. L'entrepreneuriat social (non marchand)

Le principe de base de l'entrepreneuriat social est de créer des entreprises dont l'activité économique a été conçue de manière à créer de la « valeur sociale », à mettre en œuvre des solutions innovantes à des problèmes sociaux dans les domaines de la création d'emploi, du développement durable, de l'environnement, de la santé.

Allain Fayolle donne la définition de l'entrepreneuriat social comme suit : « Lorsqu'on parle d'entrepreneuriat social on traite des projets entrepreneuriaux des entreprises est des individus dont le moteur est la réalisation d'une mission social. Cependant il n'y a pas de consensus quant à la définition et aux contours de ce concept et de nombreuses terminologies y sont associées : entreprise sociale, social business, économie sociale et solidaire ».[1]

L'entrepreneuriat social n'est pas associé à un des statuts juridiques car elle peut se réaliser dans le cadre d'une entreprise quel qu'en soit le statut : entreprise à but non lucratif (association, coopérative, mutuelle, NPO) et entreprise à but lucratif (SPA, SARL, EURL).

4.4. L'entrepreneuriat

L'entreprenariat consiste généralement à faire des activités entrepreneuriales au sein même d'une organisation établie Ainsi, une entreprise confie à un de ses cadres la mission de créer et développer un centre d'activité spécifique (agence, succursale, usine, filiale, établissement à

[1] FAYOLLE (Allain), *Apprendre à entreprendre*, Op.cit., P.122.

l'étranger). Le salarié est doté des moyens financiers nécessaires au lancement et peut même être associé au capital.

L'intrapreneuriat est très souvent associé à des domaines comme ceux du management stratégique, du changement, de l'innovation et du management des ressources.

4.5. L'extrapreneuriat (Essaimage)

C'est la création d'entreprises par des salariés. Ce phénomène concerne en premier lieu des sociétés technologiques et innovantes. En effet, Il s'agit de la création d'une entreprise à partir de technologies développées essentiellement dans l'organisation d'où origine cette entreprise : Université / Centre de recherche / Entreprise privée.

Très souvent, l'essaimé est le responsable d'un service que l'entreprise décide d'externaliser. Bien qu'il ne s'agisse pas toujours du moyen de commercialisation le plus efficace pour toutes les techniques, l'essaimage technologique est considéré par ceux qui sont attentifs au développement économique comme un moyen de créer des emplois bien rémunérés et des emplois dérivés ; cette forme de création d'entreprise génère 10 fois plus de retombées en création d'emplois qu'une licence concédée à une entreprise existante pour lancer un nouveau produit sur le marché. Il y'a trois types d'essaimage :

4.5.1. Essaimage interne (spin-off)

Un membre du personnel de l'organisation essaimante (ou plusieurs) crée une entreprise à partir d'une technologie développée au sein de l'organisation essaimante.

4.5.2. Essaimage externe (spin-in)

Une entreprise est créée par un chercheur externe à l'organisation essaimante mais en utilisant une technologie développée au sein de celle-ci.

4.5.3. Essaimage de sortie (spin-out)

L'entreprise est créée parce que l'organisation essaimante ne veut plus de cette technologie.

4.6. La technopreneuriat

C'est la création des entreprises de nature purement technologiques, on trouve ce type d'entrepreneuriat chez les techno-entrepreneurs comme les informaticiens et les programmateurs qui créent : des programmes de gestion, des anti-virus, des réseaux de communication, des systèmes de gestion de bases de données (SGBD), ou chez les inventeurs. Ils cherchent des associés pour le financement, et forment des équipes pour assurer la gestion de l'entreprise, ce type d'entreprises nécessite beaucoup de compétences managériales car la diffusion des produits est à l'échelle international, et les cibles sont spécifiques.

4.7. La petite et moyenne entreprise PME

La PME est définie comme « une unité de production ou de distribution, une unité de direction ou de gestion sous l'autorité d'un dirigeant entièrement Responsable de l'entreprise, dont il est souvent propriétaire et qui est directement liée à la vie de l'entreprise».[1]

La loi Algérienne donne la définition de la PME sur la base de trois critères qui sont : L'effectif, le chiffre d'affaire / le bilan annuel et l'indépendance de l'entreprise.

- **Article 5 :** La moyenne entreprise : toute entreprise employant de 50 à 250 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel est compris entre 200 millions et 2 milliards de Dinars ou dont le total du bilan est entre 100 et 500 millions de Dinars.
- **Article 6 :** La petite entreprise : toute entreprise employant de 10 à 49 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 200 millions de Dinars ou dont le total du bilan n'excède pas 100 millions de Dinars.
- **Article 7 :** La très petite entreprise (TPE) : toute entreprise employant de 1 à 9 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 20 millions de Dinars ou dont le total du bilan n'excède pas 10 millions de Dinars.

4.8. L'entreprise familiale

Dans cette forme d'entrepreneuriat l'entreprise est créée et gérée par les membres de la même famille ils sont donc des copropriétaires, par conséquent ils doivent maitriser les méthodes de la gouvernance d'entreprise, de la planification stratégique, ainsi que la gestion.

L'entrepreneur familial aura intérêt à se situer par rapport à la relation entre entreprise et famille, c'est-à-dire à percevoir si c'est la famille qui est au service de l'entreprise ou l'entreprise au service de la famille.

4.9. La coopérative ou l'entreprise collective

Les entreprises coopératives et collectives sont de plus en plus nombreuses. Elles font déjà partie de la tradition de certaines régions et de certains groupes, les entreprises coopératives et collectives offrent des voies de rechange quant aux modes de créer de gérer et de développer les organisations.

Ces façons de faire peuvent intéresser aussi bien des personnes que des entreprises souhaitant se regrouper autour de projets collectifs, dans de nombreux pays par exemple, des PME se regroupent afin de former des coopératives d'exportation de leurs produits et de leurs services. Prises séparément, elles sont toutes trop petites pour affronter la concurrence des

[1] WTTERWULGHE, (R) : *la PME une entreprise humain*, Edition DE BOECK, Paris, 1998, p.15.

multinationales sur les marchés étrangers, mais regroupées, elles peuvent devenir des concurrents redoutables[1].

5. L'importance de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat joue un grand rôle, dans le développement socio-économique, mais aussi c'est un moyen pour sécuriser l'équilibre économique dans un monde en pleine mutation.

5.1. La contributions de l'entrepreneuriat sur le plan socio-économique

L'entrepreneuriat est une solution alternative et fiable pour : les entreprises et les professions pour survivre dans un environnement de plus en plus concurrentiel, aussi que pour : les pays, et les nations pour résister face aux crises économiques, ainsi que l'entrepreneuriat constitue une source de revenus pour l'Etat en ce qui concerne les taxes et les impôts sur l'activité professionnel.

Comme il soulignait déjà Octave Gélinier en 1978, quelques années après le premier choc pétrolier qui marquait la fin des Trente glorieuses : « Les pays, les professions, les entreprises qui innovent et se développent sont surtout ceux qui pratiquent l'entrepreneuriat. Les statistiques de croissances économique, d'échanges internationaux, de brevet, licences et innovations pour les trente dernières années établissent solidement ce point : il en coute de se passer d'entrepreneurs »[2].

5.2. La nécessité de l'entrepreneuriat dans un monde en mutation profonde

Les mutations et les évolutions affectent les économies et les entreprises et rendent nécessaire l'émergence d'une société plus entrepreneurial. Cela est due à :

5.2.1. La pression du marché de plus en plus forte

Elle est liée au basculement d'une économie de l'offre vers une économie de la demande, certains parlent même aujourd'hui d'une économie de solution. Cette pression se caractérise par une personnalisation de plus en plus marquée de l'offre : chaque client veut être considéré comme un individu unique.

5.2.2. Une individualisation des produits

Ceci se vérifie dans les marchés de grande consommation, ou tout est fait pour séduire le client, en restant le plus près possible de ces attentes et de ces besoins.

5.2.3. Une accélération du progrès scientifique et technique

La production des connaissances scientifiques et techniques a représenté plus de 90% des connaissances de l'humanité, cela contribue à améliorer l'existant, à produire de nouvelles

[1] FAYOLLE (A), FILION (L) : *DEVENIR ENTREPRENEUR*, édition : Pearson, 2006, P.60.
[2] IBID, PP.20-21.

innovations, à réduire la durée de vie des produits et des technologies.

6. L'entrepreneur

Comme l'entrepreneur est l'acteur principal dans tout projet entrepreneurial donc nous voyons essentiel d'éclairé le concept d'entrepreneur a traves la définition, la typologie, et les caractéristiques des entrepreneurs.

6.1. Définition de l'entrepreneur

Le mot entrepreneur est d'origine française qui peut signifier étymologiquement celui qui entreprend.

Selon le Grand Dictionnaire, l'entrepreneur est défini comme étant une « personne ou groupe de personnes qui crée, développe et implante une entreprise dont il assume les risques, et qui met en œuvre des moyens financiers, humains et matériels pour en assurer le succès et pour réaliser un profit ».

L'entrepreneur a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système libéral. Il est, très souvent, à l'origine des innovations de rupture, il crée des entreprises, des emplois et participe au renouvellement et à la restructuration du tissu économique.

Schumpeter dit : « L'entrepreneur est l'innovateur qui apporte la destruction créatrice ».[1]

Les entrepreneurs sont des personnes qui possèdent de grandes réserves d'énergie, de ténacité et d'imagination, et ces qualités, combinées à leur aptitude à prendre des risques calculés, leur permettent de transformer en un projet concret ce qui n'est souvent au départ qu'une idée très simple et assez floue. Ils savent faire partager leur enthousiasme à une organisation. Le volontarisme et la détermination qui les animent leur permettent de susciter l'adhésion autour de leur projet d'entreprise.

Dans la présentation de l'entrepreneur, Julien et Marchesnay lui prêtent les quatre qualités suivantes : « l'entrepreneur est celui qui : sait imaginer du nouveau pour résoudre des problèmes, créer une information intéressante d'un point de vue économique, réunit et coordonner les ressources économiques pour appliquer efficacement l'information qu'il possède sur un marché, faire d'abord en fonction d'avantages personnels tels que le prestige et le profit».[2]

6.2. L'entrepreneur selon les différentes écoles de pensée

Chaque école de pensée économique a donné sa propre définition en ce qui concerne l'entrepreneur, nous allons présenter ses définitions dans le tableau suivant :[3]

---

[1] FAYOLLE (Allain), *Apprendre à entreprendre*, Op.cit, P.16.
[2] FAYOLLE (A), FILION (L) : *DEVENIR ENTREPRENEUR*, Op.cit, P.08.
[3] FONROUGE (C) : *Entrepreneur / manager : deux acteurs d'une même pièce*, Université d'Evry Centre

Tableau 1.1 : L'entrepreneur selon les écoles de pensée

Appellations des Écoles	Définitions de l'entrepreneur	Auteurs de référence
L'école économique	Un entrepreneur est spécialisé dans la prise intuitive de décisions réfléchies relatives à la coordination de ressources rares.	Casson (1991)
L'école comportementale	L'entrepreneur est défini par l'ensemble des activités qu'il met en place pour créer une organisation.	Gartner (1988)
L'école psychologique avec les courants personnalistes et cognitifs	L'entrepreneur se définit par un certain nombre d'attributs psychologiques que l'on décrit autant par la personnalité, que par les processus cognitifs activés pour la circonstance.	Shaver et Scott (1991)
L'école des processus	L'entrepreneur est celui qui développe des opportunités et crée une organisation pour les exploiter.	Bygrave et Hofer (1991)

Source : revue universitaire initiation à l'entrepreneuriat.

6.3. Typologie d'entrepreneur

On distingue neuf types d'entrepreneurs : [1]

6.3.1. L'entrepreneur artisan

C'est la personne de métier qui se lance en affaire, elle possède peu d'éducation mais a une forte compétence technique. Le travail constitue le centre d'intérêt pour cet entrepreneur. Il craint de perdre le contrôle de son entreprise et refuse généralement la croissance de celle- ci.

6.3.2. L'entrepreneur opportuniste

Personne à l'affut d'occasion d'affaire quel que soit le secteur. Elle possède un niveau

Pierre Naville, P.6.

[1] ZAMMAR (Rachid) : *Initiation à l'entrepreneuriat*, Université Mohammed V- Agdal Faculté des Sciences, centre d'études doctorales en sciences et technologie, Rabat, P.3.

d'éducation plus élevé et ces expériences de travail sont diversifiés et nombreuses. Il accorde une place importante à la croissance de l'entreprise même s'il faut pour cela perdre un peu d'indépendance.

6.3.3. L'entrepreneur administratif

Évolue au sein de l'organisation (acteur apporté nouveauté et innovation à son organisation).

6.3.4. L'entrepreneur indépendant

C'est l'entrepreneur qui crée sa propre entreprise, la finalité de ce type d'entrepreneur et de réalisé du chiffre d'affaire et tirer des bénéfices.

6.3.5. L'entrepreneur innovateur

Il est motivé par le besoin de création et d'innovation, de réalisation et ces buts s'articulent autour de la croissance et de l'innovation.

6.3.6. L'entrepreneur orienté vers la croissance

Ces buts s'articulent autour de la croissance et de l'autonomie financière. Il est motivé par le besoin de création et surtout de pouvoir.

6.3.7. L'entrepreneur orienté vers l'efficacité

C'est l'entrepreneur qui refuse la croissance mais cherche l'efficacité : il choisit l'indépendance et refuse la croissance. Ses besoins sont centrés sur le pouvoir et l'autorité.

6.3.8. L'entrepreneur pérennité indépendance croissance

Le développement de l'entreprise est soumis aux conditions de pérennisation et d'indépendance, c'est-à-dire la capacité de l'entrepreneur et de sa famille a créé des richesses qui seront réinvesties dans l'affaire.

6.3.9. L'entrepreneur croissance autonomie pérennité

Est à l'affut des opportunités offertes par les mutations de l'environnement pour y trouver des opportunités de lancer et/ou développer des affaires rentables.

6.4. Les caractéristiques de l'entrepreneur

Dans cette partie on va détailler les caractéristiques démographiques, et psychologiques qui constituent les traits de personnalité des entrepreneurs.

6.4.1. Les caractéristiques démographiques

Certaines recherches se sont penchées sur le lien possible entre les caractéristiques démographiques d'un individu comme le sexe, l'âge, l'ethnicité ou l'état civil, et sa tendance à faire de l'entrepreneuriat son choix de carrière. L'âge est, par exemple, 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. Ces recherches n'ont toutefois pas permis d'établir de lien prédictif concluant entre l'activité entrepreneuriale et de telles caractéristiques.[1]

6.4.2. Les caractéristiques psychologiques

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

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. Ces études portent sur :

6.4.2.1. Le contrôle du risque

Les entrepreneurs n'aiment pas le risque, ils ne cherchent pas le risque juste pour le plaisir du risque, ils cherchent au contraire de le réduire et le contrôler, un fameux entrepreneur qui s'appelle Remy Julienne dit : « mon métier c'est de réduire le risque».[2]

6.4.2.2. L'esprit inventif

Il s'agit de la préférence pour de nouvelles façons d'agir et de faire les choses. Dans le cas de la création d'entreprise, cette préférence ira à l'introduction de nouveaux produits, de nouveaux services, de nouveaux marchés, de nouveaux modèles d'affaires ou de nouvelles technologies.

6.4.2.3. L'autonomie

Les entrepreneurs préfèrent mettre en place leurs propres objectifs, développer des plans d'action et contrôler eux-mêmes la réalisation de leurs objectifs. Ils cherchent à éviter les restrictions et les rôles établis dans les organisations et choisissent ainsi une activité indépendante.

6.4.2.4. La confiance en soi

Il s'agit de la confiance en sa capacité à réaliser efficacement certaines actions. Les individus qui ont une grande confiance en eux sont plus à même de persévérer lorsque les problèmes apparaissent et d'agir pour résoudre les problèmes. Ils seraient plus intuitifs, auraient un plus grand espoir de réussite et s'engageraient dans des perspectives à long terme.

6.4.2.5. Le besoin d'accomplissement

Les recherches sur les traits ont, par exemple, pour objectif de démontrer qu'une des

---

[1] JANSSEN (Frank) : *Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat*, deuxième édition, édition de Boeck, Pays-Bas, 2016, P.45.
[2] PHILIPPE (Silberzahn) : *EFFECTUATION les principes de l'entrepreneuriat pour tous*, Op.cit, P.20.

caractéristiques principales du comportement entrepreneurial réside dans le besoin d'accomplissement, c'est-à-dire le besoin d'exceller et d'atteindre un certain but dans un objectif d'accomplissement personnel[1] .

[1] JANSSEN (Frank) : *Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat*, Op.cit, P.46.

Section 02 : Notions liées à l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un concept fondamental, qui regroupe plusieurs notions. L'entrepreneur doit connaitre et maitriser ces notions afin qu'il puisse mener un projet entrepreneurial dans les bonnes conditions et d'une manière efficace et efficiente. Ces notions sont : l'innovation, la stratégie entrepreneuriale, la logique entrepreneuriale, le plan économique et le modèle économique, dans cette section on va présenter ces différents composants de l'entrepreneuriat.

1. L'innovation

L'innovation est un concept global, et pour le mieux cerné on va donner la définition de l'innovation, les types d'innovation, et l'apport de l'innovation dans la chaine de valeur de l'entreprise.

1.1. Définition de l'innovation

L'innovation consiste à créer de nouveaux produits, développer des produits existants, mais aussi, optimiser son système de production, en adoptant les dernières technologies issues de la recherche scientifique.

Joseph Schumpeter définie l'innovation comme : « toute tentative de faire les choses différemment dans le domaine de la vie économique devrait être considérer comme une innovation susceptible de fournir un avantage temporaire, et des profits à une firme »[1].

L'innovation se diffère par rapport à l'invention par le fait que l'invention est l'action de créer quelque chose de nouveau comme il a été défini par Coster et Guéry : « L'invention est toute réalisation, tout procédé, toute machine, fabrication ou composition de matières, ainsi qu'un perfectionnement quelconque de l'un des susdits, présentant le caractère de la nouveauté et de l'utilité ».[2]

En revanche l'innovation est l'introduction originale et commercialement réussie d'un nouveau produit, procédé ou système. C'est la mise en application fructueuse d'une découverte ou d'un nouveau concept répondant à un besoin particulier du marché.

Pour Joseph Schumpeter l'innovation est la fonction principale de l'entrepreneur, pour lui : « La principale fonction de l'entrepreneur réside dans l'innovation qui génère à la fois de

[1] THIERRY (Verstraety) : *Essai sur la singularité de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche*, édition : L'ADREG, 2009, P.47.
[2] FAYOLLE (A), FILION (L) : *DEVENIR ENTREPRENEUR*, Op.cit, P.129.

nouvelles perspectives sur le marché, mais qui en même temps induit des changements structurels qui amènent à la destruction d'entreprises et d'emploi »[1]. Dans cette perspective l'entrepreneur Schumpetérien est avant tout un innovateur, dont l'acte majeur est la destruction créatrice.

1.2. Les formes d'innovation

Il existe trois formes principales d'innovation :

1.2.1. L'innovation incrémentale (de caractère mineur)

Il s'agit d'améliorations continuelles introduites dans le produit ou dans le processus de fabrication par exemple meilleur réglage des machines, modification de la composition des produits pour en accroître la solidité. Ces innovations incrémentales n'apparaissent pas par hasard. Elles résultent d'initiatives précises qui arrivent à des rythmes différents, selon les époques, selon les industries et selon les entreprises. Bien que les effets des innovations incrémentales soient extrêmement importants pour la croissance de la productivité des entreprises, aucune d'elles prises séparément n'a d'effet décisif. Elles reflètent plutôt l'efficacité d'une dynamique collective.

1.2.2. L'innovation radicale

De plus grande ampleur et individualisée, elle matérialise une rupture totale et irréversible dans les produits et les processus. Il s'agit de rupture qui modifie non seulement un but immédiat et explicite (un nouveau produit), mais la totalité des dimensions de l'organisation de la production.

1.2.3. Les révolutions technologiques

Les innovations de ce dernier type concernent moins une entreprise particulière que l'économie tout entière. Elles résultent de la conjonction de plusieurs innovations radicales et déterminent la naissance de nouveaux produits et services, et changent radicalement la nature de la demande, la structure des coûts et les conditions de la compétitivité dans toute la sphère économique.

1.3. L'innovation et la création de la valeur

C'est seulement dans les années quatre-vingt que le lien entre innovation, création de valeur et avantages compétitifs a été fait dans la littérature (Abernathy et Clark, 1985).

[1] ANNABELLE (J), FREDIRIC (L) : *L'innovation managérial*, édition DUNON, Paris, 2013, P.208.

Depuis, de nombreux auteurs ont poursuivi leurs recherches dans la même direction (Veryzer, 1998 ; Kim et Mauborne, 2004). Ainsi, la création de valeur selon Schumpeter (Amit et Zott, 2001 ; Mansfield et Fourie, 2004) repose sur :

- Des nouveaux produits ;
- De nouvelles méthodes de production ;
- De nouveaux marchés ;
- De nouvelles sources d'approvisionnement ;
- De nouvelles organisations industrielles.

Le lien entre innovation et création de valeur est donc clairement établi[1]. Sur le plan pratique, l'importance de l'innovation dans le processus de création de valeur s'opère dans :

1.3.1. La création d'une forte valeur perçue par le client

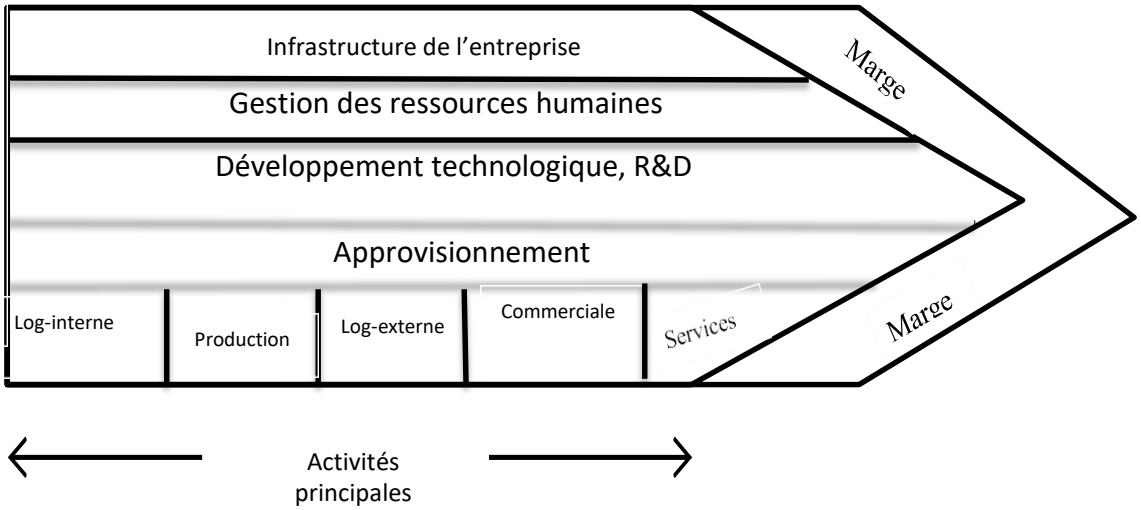
L'entreprise est un lieu de création de valeur, elle doit innover ces offres en combinant et organisant des éléments et ressources générateurs de couts, pour offrir aux clients des produits et services qui seront capables de satisfaire d'une manière absolue les attentes de ces clients, afin de créer une forte valeur perçu vis-à-vis du produit ou service dans l'esprit du client.

1.3.2. Maximiser l'efficience de la chaine de valeur

L'outil « chaine de valeur », introduit par porter (1985) offre une analyse visant à faciliter un meilleur positionnement d'une firme ou d'une filière sur son secteur d'activité. La chaine de valeur peut être définie comme l'ensemble des activités permettant à une firme ou une filière d'obtenir un avantage concurrentiel. La figure ci-dessus représente la chaine de valeur proposée par Michel porter :

[1] ISELIN, (Fréderic) : proposition de valeur et création d'entreprise innovantes technologique : Vers un modèle intégrateur et un processus, mémoire de master de recherche, Conservatoire National des Arts et Métiers, 2006, p.16.

Figure 3.1 : La chaine de valeur de porter (1986)



Source : ANNABELLE (J), FREDIRIC (L) : L'innovation managériale

L'importance de l'innovation dans la chaine de valeur s'opère dans les activités principales par :

- La réduction des couts de logistique et de commercialisation ;
- L'innovation des produits et services offerts par l'entreprise.

Ainsi que dans les activités de soutiens par :

- L'harmonisation de l'infrastructure de l'entreprise ;
- Une gestion efficace de la ressource humaine ;
- Améliorer la recherche et développement au sein de l'entreprise.

Enfin la finalité d'une chaine de valeur innovante est de réduire au maximum les couts pour tirer la grande marge bénéficiaire possible.

2. La stratégie entrepreneuriale

Dans cette partie on va commencer par donner la définition de la stratégie, ensuite les différents niveaux stratégiques dans l'entreprise, ensuite les différents types de stratégie.

2.1. Définitions de la stratégie

Etymologiquement le terme « stratégie » trouve son origine dans les mots grecs« stratos » qui signifie « armée » et « agein » qui signifie « conduire », il s'agit de réfléchir aux voies et aux moyens qui sont nécessaires pour gagner. La naissance de la stratégie de l'entreprise peut être associée à l'apparition des outils de pilotage stratégique. Ce sont les cabinets de conseil et

les chercheurs, notamment américains, qui ont développé ces outils. Ainsi, dans corporate strategy (1965), Igor Ansoff formalise plusieurs principes de la planification stratégique. Cette planification stratégique a pour objectif de permettre à l'entreprise de structurer l'ensemble de ces activités vers un objectif déterminé.[1]

Avoir une stratégie c'est donc définir comment les collaborateurs vont procéder pour atteindre ces buts, ceci signifie notamment dans un univers compétitif la constitution d'un avantage concurrentiel durable. Comme le souligne Philippe Korda « L'exécution de la stratégie repose principalement sur les collaborateurs, la plupart des stratégies échouent à cause de défaillances dans l'exécution »[2].

D'une façon plus générale, la stratégie représente la partie centrale du projet, et explique la vision de l'entreprise à moyen et long terme, et apporte des réponses claires et réalistes aux enjeux futures de l'entreprise.

2.2. Les différents niveaux stratégiques

Historiquement, on a distingué deux niveaux en stratégie d'entreprise :

2.2.1. Le niveau général de l'entreprise

Lorsque celle-ci rassemble plusieurs activités (et c'est un cas fréquent). C'est ce qu'on appelle la stratégie au niveau de l'entreprise ou stratégie de groupe (corporate strategy)[3].

2.2.2. Le niveau de chaque domaine d'activité stratégique

Ce sont les stratégies concurrentielles ou stratégies d'activités (business strategy). À la lumière de travaux plus récents, notamment ceux consacrés à l'innovation stratégique, à l'approche par les ressources, à l'hyper compétition ou à la stratégie émergente, cette distinction est souvent considérée comme dépassée, car elle s'oppose à une vision intégrée de la stratégie :

- La modification des conditions concurrentielles, qui relève du business strategy, peut notamment entraîner une évolution du périmètre d'activités, qui relève de la corporate strategy. C'est ce qu'on observe notamment dans le cadre d'une Stratégie océan bleu ;
- De même, l'approche par les ressources structure les stratégies des activités autour de capacités transverses qui, historiquement, auraient été considérées comme relevant de la corporate strategy ;

[1] ANNABELLE (J), FREDIRIC (L) : L'innovation manageriale, Op.cit, P.13.
[2] Philippe (K), Stratégie et Formation, édition Dunod, paris, 2011, P.112.
[3] MICHAEL (G), Andrew (C), MARCUS (A): Corporate-Level Strategy. Creating Value in the Multibusiness Company, Wiley, 2008, P.464.

- L'hyper compétition consiste à déplacer le champ de concurrence d'une activité à une autre, ce qui brouille la distinction classique entre le niveau corporate et le niveau business ;
- Enfin, les travaux sur la stratégie émergente montrent qu'une diversification peut tout à fait résulter de l'évolution progressive de l'interaction concurrentielle au sein d'un domaine d'activités stratégique.

Dans une entreprise mono activité, le niveau corporate et le niveau business sont confondus tandis que dans une entreprise aux activités diversifiées, ces deux démarches sont interactives.

2.3. Les types de stratégie

Les stratégies les plus courantes sont la spécialisation, et la diversification

2.3.1. La stratégie de spécialisation[1]

La spécialisation s'inscrit dans le cadre exclusif d'un domaine d'activité particulier, sur lequel l'entreprise concentre tous ses efforts. Elle se donne pour objectif d'atteindre dans cette activité le meilleur niveau de compétence possible et d'en faire un avantage concurrentiel décisif.

Les stratégies de cout suivent cette logique de spécialisation, chaque concurrent misant sur l'effet d'expérience pour améliorer sa position de cout et, partant, sa position concurrentielle. Il en va de même lorsque l'entreprise suit une stratégie de différenciation en présentant une offre dont la valeur est perçue comme différente de l'offre de référence et attractive par tout ou partie du marché.

2.3.2. La stratégie de diversification

La diversification dépasse le simple élargissement du champ d'activité de l'entreprise. Alors que la spécialisation repose sur la mise en œuvre d'un ensemble de savoir-faire unique, la diversification impose l'utilisation d'un nouvel ensemble de savoir-faire, requis par le nouvel univers concurrentiel dans lequel l'entreprise pénètre[2].

La diversification consiste aussi à élargir la gamme des produits de l'entreprise pour toucher de nouvelles cibles et faire de nouveaux domaines d'activités stratégiques.

---

[1] JEAN-PIERRE (D) : STRATEGOR : *Politiques générales de l'entreprise*, 4e Edition, édition : Dunod, Paris 2005, P.197.
[2] Ibid., P.197.

2.4. Les écoles de pensé de la formation de la stratégie

Mintzbeg[1] propose une typologie des processus stratégiques allant d'une intension particulièrement délibérer à l'émergence totale. Il distingue aussi trois écoles normatives et sept écoles descriptives.

2.4.1. Les écoles prescriptives

Les écoles prescriptives selon Mintzberg sont : l'école de conception, l'école de planification et l'école de positionnement.

2.4.2. Les écoles descriptives

Les écoles descriptives selon Mintzberg sont : l'école de Conception (Désigne), de Planification, de positionnement, Cognitive, Entrepreneuriale, d'apprentissage, de configuration, d'environnement, Culturelle, politique. Le tableau ci-dessous montre ces différentes écoles :

Tableau 2.1 : Les écoles de pensée de la stratégie selon H. Mintzberg

Ecole	Vision du processus d'élaboration de la stratégie	
Les écoles prescriptives : Cherchent les façons correctes pour l'élaboration de la stratégie		
Conception (Désigne)	Considèrent l'élaboration de la stratégie comme processus simple et informel, de conception typiquement situé dans l'esprit du leader. Utilisation de l'analyse SWOT	
Planification	Accepte les prémisses de l'école de conception à deux exceptions près : celle disant que le processus est informel et celle que PDG est l'acteur clé. Procédures hautement formalisées, décomposées, en une séquence élaborée d'étapes soutenues par des techniques.	
Positionnement	Se focalise plus sur le contenu de la stratégie (différenciation, diversification) que sur les processus par la quel on doit les élaborés.	
Les écoles descriptive		
Cognitive	Mental	Considère ce qui arrive dans la tête d'une personne qui essaie de s'occuper de stratégie

[1] Mintzberg (H), BRUCE (A), JOSEOH (B) : *safari en pays stratégie. L'exploration des grands courants de la pensée stratégique,* 2e édition, édition : Pearson, 2009, p.496.

Entrepreneuriale	Visionnaire	Décrit l'élaboration de la stratégie comme le processus visionnaire d'un leader fort.
Apprentissage	Emergente	Trouve que la stratégie émerge au cours d'un Processus d'apprentissage collectif.
Politique	Liée au pouvoir	Se focalise sur le conflit et sur l'exploitation du Pouvoir dans le processus.

Source : Etabli par nous-même depuis Henry Mintzberg, safari en pays stratégie. L'exploration des grands courants de la pensée stratégique.

3. Le business model

Le business model est un fichier démonstratif et représentatif de l'entreprise, il évolue avec l'évolution de l'entreprise.

3.1. Définition et rôle du business model

Le Business Model (modèle économique) décrit la logique générale de fonctionnement du projet, de sa stratégie. Il explique comment l'entreprise crée, délivre et capture de la valeur. Il ne faut pas confondre avec le business plan qui explique la mise en œuvre opérationnelle et stratégique de cette logique.

Jean-Pierre DETRIE dit à propos du business model : « Si la proposition de valeur est le concept qui assure les fondements, les bases solides et nécessaires, qui sous-tendent la réalité d'une offre, le business model en est sa traduction sur le plan formel : comment faire payer le client, combien et sous quelle forme, et comment dégager des résultats avec ces revenus compte tenu des couts génères par le modelé économique dont ressort l'activité »[1].

Le business plan est une sorte de mémo évolutif avec le temps, l'expérience qui permet de garder la mémoire des évolutions et innovations successives du projet. C'est aussi un moyen facile de trouver une innovation permet de démarquer radicalement par rapport aux concurrents.

Cette méthode aidera également à verbaliser le projet facilement afin de le « vendre » aux partenaires (fournisseurs, banquiers…). Les éléments du business model seront affinés au fil de l'étude de projet de façon à ce que tous les éléments clés du projet soient indiqués et visibles en un « coup d'œil ». Ce seront les premières lignes du business plan.

Donc le business model permet donc aux entrepreneurs de :

[1] JEAN-PIERRE (D) : STRATEGOR : Politiques générales de l'entreprise, Op.cit, P.180.

- Déterminer les compétences dont ils auront besoin, à acquérir personnellement ou auprès de partenaires ;
- Commencer à recenser les moyens matériels, immatériels, humains et financiers utiles au lancement de leurs entreprises, à leur disposition et à rechercher ;
- Délimiter le périmètre de leur étude de marché et définir les prémices de leur stratégie commerciale ;
- Esquisser les contours de leur organisation en termes de production, de logistique, de gestion, etc ;
- Proposer une offre qui répond à un véritable besoin pour leurs clients ;
- Se démarquer des autres, en innovant soit par l'offre proposée, l'usage qui en est fait, les moyens mis en œuvre, ou la stratégie commerciale.

3.2. Le Business Model Canvas

L'utilisation du Business Model Canevas repose sur une méthode développée par Alexander Osterwalder et Yves Pigneur dans leur ouvrage intitulé Business Model Nouvelle Génération. Il permet de représenter en une seule page, à travers d'un canevas, l'ensemble de votre modèle économique.

Il permet de définir des priorités en faisant apparaître les démarches à accomplir, pour progresser. Sa simplicité de présentation facilitera le dialogue également avec les différents interlocuteurs et partenaires potentiels.

Le business model canevas est composé de neuf blocs :

- Le segment de clientèle ;
- La proposition de valeur ;
- Les canaux de distribution ;
- La relation clients ;
- Les ressources clés ;
- Les activités clés ;
- Les partenaires clés ;
- Les flux de revenus ;
- La structure des couts.

- **Les clients :** Les clients sont au cœur du projet entrepreneurial, c'est-à-dire le groupe homogène de personnes / d'entreprises qui ont les mêmes besoins, que l'entreprise peut les

servir via le même canal de distribution, qui seront sensibles à la même communication, qui accepteront de payer le même prix et avec lesquels vous aurez le même type de relations.

- **La valeur proposée :** La proposition de valeur est ce qui fait que les clients vont acheter produit / service plutôt que celui d'une autre entreprise. Il s'agit de la combinaison de produits et/ou de services qui répond aux besoins, exigences de la cible / de segments de client (nouveauté, performance, prix, personnalisation, réduction de coûts, réduction de risque, accessibilité, prix, marque, design, utilité …).
- **Les canaux de distribution :** C'est par quels canaux l'entreprise doit faire connaître sa proposition de valeur, Comment l'entreprise va aider ces clients à choisir sa proposition de valeur plutôt que celle d'un concurrent, comment elle va vendre ces produits / services (vente en ligne, magasins, grossiste….etc.).
- **La relation clients :** Quel type de relations l'entreprise dit établir avec ces cibles (self-service, communautaire, assistance personnelle,….etc.). Et sur quels supports seront- ils en relation avec elle (catalogue, site web, application mobile…).
- **Les ressources clés :** Ce sont les ressources indispensables au fonctionnement de votre l'entreprise : locaux, matériels, machines, fonds financiers, ressources humaines, achats de compétences, logiciels, marque…, ces ressources doivent être en lien avec les canaux de distribution.
- **Les activités clés :** Ce sont les activités indispensables au fonctionnement de l'entreprise : la production, la gestion logistique, l'ingénierie, la gestion d'un site web.
- **Les partenaires clés :** Ce sont les intervenants stratégiques du projet entrepreneurial : fournisseurs clés, partenaires clés.
- **Les flux de revenus :** il s'agit de toutes les rentrées d'argent générées par l'activité de l'entreprise. Ils peuvent être ponctuels ou récurrents, fixes ou variables
- **La structure des coûts :** il est nécessaire d'évaluer l'ensemble des coûts indispensables au bon fonctionnement de l'activité décrite. Les coûts peuvent être variables, c'est-à-dire dépendre du niveau d'activité de l'entreprise ; ils augmentent au fur et à mesure que le chiffre d'affaires augmente (achat de marchandises, de matière première, etc.). Au contraire certains coût sont fixes ; ce sont des dépenses incompressibles indépendantes du chiffre d'affaires (loyer, prime d'assurance, etc.).

4. Le business plan

Le business plan est le document référence avant de créer une entreprise. Le business plan a pour principal objectif de séduire les investisseurs potentiels.

4.1. Définition du business plan

Le business plan est un outil largement utilisé, notamment chez les porteurs de projet et plus largement les entrepreneurs. Il s'agit d'un document synthétique qui détaille la faisabilité d'un projet et sa viabilité future en entrepreneuriat, le BP définit précisément l'activité de la nouvelle entité créée.

Annabelle Jaouen a défini le BM comme suit : « le BM c'est tout d'abord, un outil qui formalise la vision stratégique de l'entrepreneur et l'aide dans sa réflexion ainsi que dans ses prévisions futures. Ensuite, l'objectif principal est de séduire les investisseurs et collecter les fonds nécessaires pour le lancement du projet»[1].

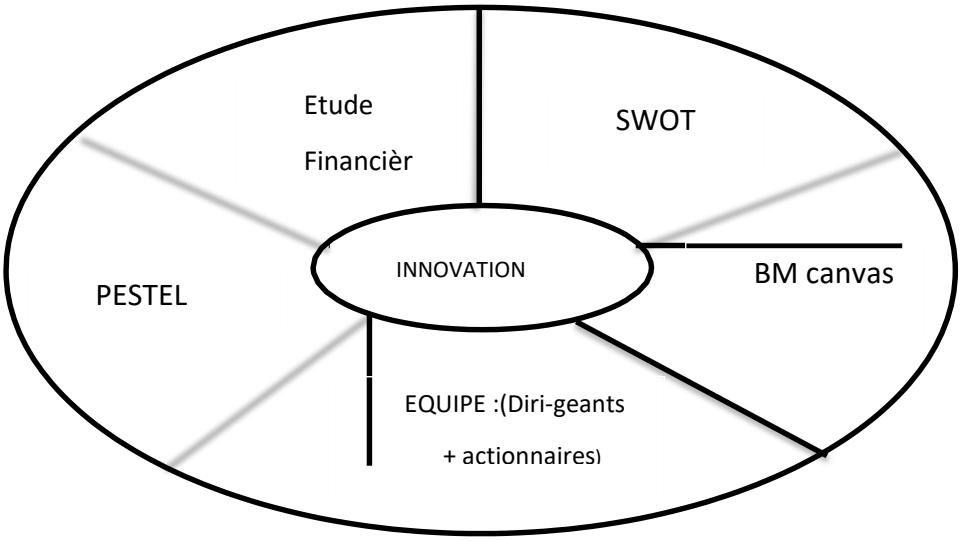
Même s'il n'existe pas de modèle unique, le BP doit aborder les points suivants :

- Décrire le produit ou le service ;
- Présenter la raison pour laquelle le client doit se procurer ce produit ou service ;
- Montrer la façon dont les ressources vont être reparties ;
- Montrer la façon dont les bénéfices vont être repartis ;
- Une étude de marché détaillée qui permet de définir l'opportunité et comment la saisir ;
- Une étude financière qui explique la viabilité économique du projet ;
- Une analyse PESTEL pour se positionner dans l'environnement ;
- Une analyse SWOT pour se positionner face à la concurrence : actuel, potentiel, directe, indirecte.

Le schéma ci-dessous présente les points essentiels, qu'un business plan doit contenir :

[1] ANNABELLE (J), FREDIRIC (L) : *L'innovation manageriale*, Op.cit, P.216.

Figure 4.1 : Les points essentiels d'un Business plan



Source : Elaborer par nous-même, on se basant sur PHILIPPE (Silberzahn).

Un business plan doit être établit, d'une manière que le projet soit décortiqué, sous forme de composantes principales, avec tous les détails

4.2. Les objectifs du business plan

Les objectifs d'un business plan peuvent s'articuler autour de deux dimensions, la fonction et la cible, dans cette perspective, deux cibles doivent être privilégiées, l'une interne et l'autre externe. Les fonctions concernent la communication et la stratégie[1].

4.2.1. Les objectifs ciblés en internes

Le business plan dans sa fonction communication permet d'informer et de motiver l'ensemble des collaborateurs (l'entrepreneur, l'équipe, les associés). A ce niveau, il est un excellent moyen pour mobiliser les acteurs, en ce sens qu'il propose des actions à réaliser et qu'il donne une vision claire de participation de chacun. Dans sa fonction stratégique, permet à l'entrepreneur de clarifier ces idées, de se convaincre lui-même de la faisabilité de son projet entrepreneurial. Il guide l'équipe dans les actions à réaliser et coordonner les différentes contributions, en les intégrant dans une logique commune.

[1] ALLAIN (F), FILION (L) : *DEVENIR ENTREPRENEUR*, Op.cit, P.103.

4.2.2. Les objectifs ciblés en externes

Le business plan dans sa fonction communication permet de donner de l'information sur le projet aux : (partenaires, banquiers, collectivités locales et administration, investisseurs financiers). Afin bien clarifier tous les volets du projet.

L'efficacité de la communication sera d'autant plus grande que le business plan, en tant que document, sera bien adapté aux destinataires.

Dans sa fonction stratégique, le business plan cherche à démontrer la faisabilité opérationnelle et stratégique du projet et à convaincre les partenaires potentiels. Le business plan présent donc, à ce niveau, une information stratégique de nature à permettre à un investisseur extérieur d'apprécier le réalisme, la pertinence, le potentiel et la faisabilité d'un projet entrepreneurial.

5. Logique causale et logique effectual

5.1. La logique causale

Il s'agit d'identifier la bonne opportunité, de créer les produits et de définir l'approche de marché avant de mettre en œuvre la stratégie.

Cette hypothèse repose sur l'utilisation d'une logique de raisonnement dite : « causale ». Celle-ci consiste à choisir le moyen le plus efficace, le moins cher, et le plus rapide, pour atteindre un but donné, en marketing on cherchera le segment le plus attractif, en stratégie on cherchera à obtenir la plus grosse part de marché[1].

La logique causale pose le problème en termes d'optimisation et met l'accent sur l'importance de la prévision et de l'analyse préalable pour éviter les mauvaises surprises qui empêcheront l'optimisation poursuivie. La logique est dite « causale » en ce qu'elle fait varier les causes pour obtenir un but, avec le minimum de moyens.

5.2. La logique effectual

L'effectuation consiste non pas à partir des buts pour déterminer les moyens nécessaires pour les atteindre, mais au contraire de considérer les moyens dont on dispose pour déterminer les buts possibles.

La logique effectual fait varier les buts atteignables en fonction des moyens qu'on dispose, c'est donc l'inverse de la logique causale dans le sens où elle constitue une approche dans

[1] PHILIPPE (Silberzahn) : *EFFECTUATION les principes de l'entrepreneuriat pour tous*, Op.cit, P.14.

laquelle les buts émergent à partir des moyens disponibles de l'entrepreneur. Le raisonnement peut être résumé de la manière suivante : « Etant donné les moyens dont je dispose, que puis-je me fixer comme objectifs ? »[1].

La raison pour laquelle les entrepreneurs ont tendance à utiliser le raisonnement effectual est qu'ils agissent en général dans des contextes de rupture, dans lesquels ni le produit, ni même les marchés qui leur correspondent, existent encore au moment de leur création.

Le tableau ci-dessous montre la différence entre la logique causale et la logique effectual :[2]

Tableau 3.1 : Comparaison logique causale, logique effectual

Logique causale	**Logique effectual**
Déterminer les causes (moyens) nécessaires pour obtenir un effet (but) donné	Imaginer les effets (buts) possibles à partir de causes (moyens) données
But exogène et prédéterminé Choix des moyens pour atteindre le but Logique d'optimisation Déterministe Délibéré	But endogène, émerge en fonction des moyens disponibles Logique de création (imagination) Non déterministe Largement emergent

Source : PHILIPPE (Silberzahn) : EFFECTUATION, Op.cit

Remarquons que si ces deux formes de raisonnement, semblent fondamentalement différentes, cependant cela ne préjuge pas que l'entrepreneur mobilise, exclusivement, l'un ou l'autre dans ces projets de création. Les deux logiques peuvent se combiner et ce compléter dans le temps. En effet le projet entrepreneurial est constitué d'un ensemble de décisions, imbriquées les unes aux autres qui ne se sont pas toutes soumises au même degré d'incertitude. Pour certains l'entrepreneur pourra adopter un raisonnement causal et mobilisé pour d'autres un raisonnement effectual.

[1] Ibid.P.15.
[2] Ibid.P.17.

Conclusion

Au fil du premier chapitre, il semble primordial pour qu'un entrepreneur peut optimiser ces chances pour se lancer dans une aventure entrepreneuriale, de comprendre que le monde des affaires est de plus en plus incertain, c'est pour cela qu'il lui faut nécessairement connaitre la nature de son projet, et mener des études pour comprendre son environnement.

En effet il doit être audacieux, passionné, et doté d'un esprit de leadership et de créativité, ainsi que le pouvoir de contrôler les risque.

Cependant, il doit aussi maitriser des concepts clés pour entreprendre, comme l'innovation, la stratégie, mais aussi les outils d'entrepreneuriat comme le business model, et le business plan pour mieux cerner le contexte de son projet.

Enfin toute aventure dans le monde des affaires, doit être prudemment étudiée et analysé.

CHAPITRE 02 :

LES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES ELEMENT MOTEUR DE L'ENTREPRENEURIAT

Introduction

Dans la conjoncture économique et sociale actuelle, il est établi que la petite et moyenne entreprise PME, constitue l'élément indispensable à l'intégration et à la diversification économique, tout comme elle peut constituer la principale source de richesses, d'emploi et moteur de progrès socioéconomique.

En Algérie, le secteur des PME représente la grande partie du tissu économique, l'intérêt accordé à celle-ci apparaît à la fin des années 1980, à la suite des réformes économiques libérales, mais les résultats ne sont apparus qu'à partir des années 2000, après une série de mesures d'encadrement institutionnel, d'aides publiques, de réglementation et de mise à niveau.

Ce chapitre sera composé de deux sections, dont la première sera consacré à l'énumération des différentes définitions des petites et moyennes entreprises, selon des critères internes, externes, quantitatifs, qualitatifs, ainsi que sa définition selon l'union européenne, et en Algérie, aussi l'importance des petites et moyennes entreprises dans le développement économique en Algérie. Nous présenterons, dans la seconde section les stratégies de développement et d'incitation à la création des petites et moyennes entreprises : Dispositif d'aides et régime d'incitation à l'entrepreneuriat, Dispositifs d'aides à l'accès au financement bancaire, les structures d'appui et d'animation économique locale, ainsi que les contraintes de création des petites et moyennes entreprises en Algérie.

Section 01 : Généralités sur les PME

Dans le but de mieux cerner le concept de PME, nous avons conçu une section, dans laquelle nous allons essayer de détailler ce concept, en donnant une définition générale selon différents critères de classification. Nous présenterons ensuite la définition des PME selon l'union européenne et selon le législateur Algérien, ainsi que l'importance et l'évolution des PME en Algérie.

1. Définition de la petite et moyenne entreprise selon différents critères de classification

La définition des petites et moyennes entreprises, peut se diviser en deux approches distinctes, selon les critères de références utilisés : d'une part, les définitions qui se basent sur des critères endogènes à l'entreprise tels que la dimension humaine, le chiffre d'affaires, et d'autre part celles qui utilisent des critères exogènes à cette dernière comme le secteur d'activité et la forme juridique[1].

1.1. La classification selon des critères internes à l'entreprise

Dans cette approche, les définitions de la P.M.E peuvent se subdiviser en deux approches, d'une part des définitions incluant des critères quantitatifs, appelés aussi « descriptifs », et d'autres incluant des critères qualitatifs également dénommés « critères théoriques, sociologiques ou analytiques »[2].

1.1.1. Les critères quantitatifs

Ils sont nombreux, et portent sur les différents éléments déterminants de l'activité de l'entreprise. Ils se basent sur un ensemble de critères qui, à la fois quantifiables et mesurables. L'approche quantitative est la plus utilisée par les chercheurs, elle a le mérite de la simplicité, elle est opérationnelle quand il s'agit de réaliser une étude sur les PME. Elle privilégie le critère taille pour identifier la PME[3].

La taille d'une PME se conçoit généralement par apport à son chiffre d'affaires et ses effectifs[4].

1.1.1.1. Le nombre d'effectifs employés

Les PME peuvent être classées selon leur nombre d'employés :

- Les micro entreprises 'toutes petites entreprises' ont entre 0 et 9employés.

---

[1] BOUKROU, (A) *: Essai d'analyse des stratégies de pérennité dans les PME*, Etude de cas : PME dans la wilaya de Tizi-Ouzou, Mémoire de magistère en science économique (option : management des entreprise), Université Mouloud Mammeri, Tizi-Ouzou, 2011, p.13.
[2] SELHAMI (S), MAHIDA (h) : *A la découverte de la PME en Algérie*, université D'el oued, le 05/05/2013, P.13.
[3] WTTERWULGHE, (R) : *la PME une entreprise humain*, Op.cit, p.23.
[4] JOSIEN, (S) et LANDRIEUX-KARTOCHIAN, (S) : *L'essentiel de l'économie d'entreprise*, Edition GUALINO,Paris, 2008, p.26.

- Les petites entreprises dont le nombre d'employés se varie ont entre 10 et49.
- Les moyennes entreprises ont entre 50 et 249 employés.

1.1.1.2. Le chiffre d'affaires

La taille des PME se mesure par leur chiffre d'affaires, c'est-à-dire la valeur annuelle de leurs ventes et elle détermine en quelque sorte la classification de l'entreprise qui peut être petite, moyenne ou grande. Les principaux avantages de ce critère sont : comparer des entreprises fabricant des biens de nature différente, calculer la part de marché qu'une entreprise détient, mesurer la croissance d'une entreprise ou sa productivité.

1.1.1.3. Autres critères quantitatifs

Il existe d'autres critères pour mesurer la taille des PME, comme le capital social, le total du bilan, la part du marché, les investissements, la capacité de production, la production annuelle, les bénéfices…. etc.

1.1.2. Les critères qualitatifs

L'approche qualitative a un caractère descriptif de l'entreprise et de son environnement social et économique1. Cette approche se base sur des repères théoriques, sociologiques, et analytiques qui mettent en avant l'aspect humain lié à l'entreprise.

L'approche qualitative rejoint plus la réalité socio-économique par son caractère descriptif. Les différentes définitions qualitatives de la P.M.E mettent toutes l'accent, à des degrés divers, sur les éléments distinctifs et caractéristiques d'une entreprise de petite ou moyenne dimension. Elles correspondent à une approche de contingence à laquelle on ne peut y échapper[1].

Les facteurs de contingence :[2]

- L'âge ;
- La taille de l'organisation ;
- Le système technique ;
- L'environnement ;
- Les relations de pouvoir.

1.1.2.1. L'âge et la taille

- Plus que l'organisation est âgée, plus que son comportement est formalisé ;
- La structure de l'organisation reflète l'âge de la fondation de son activité ;

[1] WTTERWULGHE, (R): Op.cit, p.15.
[2] Henry (M), *Le management voyage au centre des organisations*, Les Editions d'organisation 1990, P.143.

- Plus une organisation est de grande taille, plus sa structure est claire : plus ses tâches seront spécialisées, plus ses unités sont différenciées, et plus sa composante administrative est développée ;
- Plus l'organisation est grande, plus elle est formalisée.

1.1.2.2. Le système technique

- Plus le système technique est régulé, plus le travail opérationnel est formalisé et plus le centre opérationnel est bureaucratique ;
- Plus le système technique est sophistiqué, plus la structure administrative est élaborée ; de façon précise, plus les fonctionnels logistiques sont nombreux et qualifiés, plus s'opère à leur bénéfice une décentralisation sélective et plus l'organisation utilise de mécanismes de liaison pour coordonner leur travail ;
- L'automation du centre opérationnel transforme la structure administrative de bureaucratie en structure organique.

1.1.2.3. L'environnement

- Plus l'environnement est dynamique et plus la structure est organique ;
- Plus l'environnement est complexe et plus la structure est décentralisée ;
- Plus l'organisation a des marchés diversifiés, plus elle a tendance à se scinder en unités organisées sur la base de ses marchés (dans la mesure où les économies d'échelle le permettent) ;
- Une hostilité extrême de son environnement amène toute organisation à centraliser sa structure de façon temporaire ;
- S'il existe des disparités dans l'environnement, l'organisation va recommander la création des constellations de travaux différenciés et va aussi décentraliser de façon sélective vers ces constellations.

1.1.2.4. Le pouvoir

- Plus le contrôle externe qui s'exerce sur l'organisation est puissant, plus la structure de l'organisation est centralisée et formalisée ;
- Le besoin de pouvoir des membres de l'organisation conduit les organisations à avoir des structures excessivement centralisées ;
- Il existe en matière de structure (et de culture) une mode qui pousse les organisations à se mettre au goût du jour, même si ce n'est pas approprié pour l'organisation.

1.2. La classification selon des critères externes de l'entreprise

Selon cette approche de classification on distingue deux critères de classification :

- Classification selon le statut juridique
- Classification selon le secteur d'activité

1.2.1. La classification selon le statut juridique

Il s'agit de distinguer les entreprises du secteur privé, du secteur public ou encore du secteur coopératif.

1.2.1.1. Les entreprises privées

Sont des entreprises où la propriété du capital appartient soit totalement soit majoritairement à une ou plusieurs personnes physiques ou morales. Il existe deux catégories d'entreprises privées :[1]

A / L'entreprise individuelle

Une entreprise individuelle est une entreprise qui est la propriété exclusive d'une personne physique. L'entrepreneur exerce son activité sans n'avoir créé de personne juridique distincte. Les différentes formes d'entreprises individuelles sont : commerçant, artisan, profession libérale, agriculteur[2].

B / L'entreprise sociétaire

L'entreprise sociétaire est une entreprise exerçant son activité sous une forme juridique de société, c'est-à-dire de personne morale indépendante. Il existe différentes formes de société, qui permet de répondre à des besoins spécifiques :[3]

- **La Société à Responsabilité Limitée (SARL) :** Est une société caractérisée par une responsabilité limitée des associés suivant le montant de leurs apports.

« La SARL est une forme juridique adaptée aux PME : elle permet, avec un capital peu élevé, de limiter la responsabilité des associés ».

- **L'Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée (EURL) :** Est une SARL à un seul associé qui peut être une personne physique ou une personne morale, la responsabilité

[1] JOSIEN, (S) et LANDRIEUX-KARTOCHIAN, (S) : Op.cit, pp.29-45.
[2] https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1606. (Publié le 13/10/2016 consulté le 12/04/2021 à 02h02).
[3] https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1606. (Publié le 13/10/2016), consulté le 12/04/2021 à 02h.

de l'associé unique limitée aux apports (sauf faute de gestion, engagements de caution à titre personnel).

- **La Société en Nom Collectif (SNC) :** La SNC est une société de personnes, où les associés ont une responsabilité solidaire et illimitée des dettes de la société. Elle est gérée par un ou plusieurs dirigeants, qui peuvent être ou non désassociés.
- **Société Par Action (SPA) :** Est une société constituée d'un ou plusieurs associés, la responsabilité des associés est limitée à leurs apports, elle est adaptée aux PME qui veulent se développer rapidement en accueillant de nouveaux actionnaires.
- **Le groupement :** C'est le groupement de deux ou plusieurs personnes morales, avec ou sans capital, dans la fonction de gérance est assurée par une ou plusieurs personnes.

1.2.1.2. Les entreprises publiques

Il s'agit des entreprises sur lesquelles l'Etat peut exercer directement ou indirectement une influence dominante du fait de la propriété ou la participation financière, en disposant soit de la majorité du capital, soit de la majorité des voix attachées aux parts émises. On distingue :

- **L'Etablissement Public (EP) :** Un établissement public est une personne morale qui relève du droit public et qui dispose d'une autonomie administrative et financière pour accomplir une mission d'intérêt général.
- **L'Administration Publique (AP) :** Comprend les administrations publiques centrales (les administrations de l'Etat), les administrations publiques locales (Les collectivités territoriales, les wilayas, les Daïras et les communes) et les administrations de sécurité sociale.
- **Les sociétés d'économie mixte (SEM) :** Sont des sociétés dont le capital est majoritairement détenu par une ou plusieurs collectivités publiques (État, collectivité territoriale ou établissement public). La part de capital détenue par une ou plusieurs personnes privées ou par une autre SEM doit représenter au moins 15 %. Les SEM exercent une activité commerciale avec pour vocation de satisfaire l'intérêt général. Elles interviennent notamment dans l'aménagement et le renouvellement urbain, le logement, le développement économique, les transports, le tourisme, les loisirs et la culture.

1.2.1.3. Les entreprises coopératives

Les coopératives sont des personnes morales, regroupant des personnes ou des sociétés qui ont des besoins économiques, communs. En vue de les satisfaire, elles s'associent pour exploiter une entreprise conformément aux règles d'action coopérative. Elles se caractérisent : par leur

caractère collectif, un mode de décision qui ne dépend pas des apports en capital, ainsi par leur caractère privé. Ses membres ont la culture de solidarité et l'égalité entre eux.

1.2.2. La classification selon des critères économiques

Cela se fait surtout à des fins d'étude de l'impact sur le fonctionnement de l'économie (macroéconomie).

1.2.2.1. La classification selon le secteur d'activité

- **LE SECTEUR :** C'est la classification selon le domaine d'activité de Colin Clarck. Un secteur permet de classer les entreprises entre elles qui ont la même activité principale.
- **Secteur primaire :** Activités liées à l'extraction ou à l'utilisation de la nature (agriculture, pêche, sylviculture, extraction minière…).
- **Secteur secondaire :** Activités de transformation = industrie (on utilise les matières premières et on les transforme).
- **Secteur tertiaire :** Tout le reste (services, commerce, éducation, santé…).
- **Secteur quaternaire :** (Qui n'est pas dans la classification de Colin Clarck) il regroupe les NTIC (Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication).

1.2.2.2. La classification selon le domaine d'activité

- **LA BRANCHE :** Une branche englobe des unités économiques (≠ entreprises entières) qui fabriquent le même produit.
- **LA FILIERE :** Une filière regroupe des entreprises qui participent aux différentes étapes du processus de production d'une famille de produits.

2. La définition de la PME selon l'union européenne

Il n'est pas facile de définir la PME, jusqu'à ce jour ce vocable demeure flou et imprécis, il n'existe pas un consensus entre les chercheurs dans ce domaine. En effet des nombreux essais et des recherches d'une définition standard et universelle ont été abandonnés au profit des définitions propres à chaque pays qui se basent sur des critères différentes et très diversifiés.

L'adoption d'une définition unique et consensuelle est une nécessité que les chercheurs doivent prendre en considération pour mettre en évidence l'identité des PME selon des critères acceptés par tous les pays.

Il existe plusieurs définitions des PME, varient d'un pays à un autre. Parmi les définitions les plus utilisées est celle-ci proposée par l'Union Européenne.

La première définition des PME dans l'Union Européenne a été introduite en 1996 (recommandation 96/280/CE de la commission du 3 avril 1996 concernant la définition des petites et moyennes entreprises)[1].

En 2003, la commission a adopté d'autres définitions afin de tenir compte des évolutions économiques générales survenues depuis 1996 (inflation et la croissance de la productivité) et de faire face aux difficultés spécifiques auxquelles se heurtent les PME, (recommandation 2003/361/CE de la commission du 6 mai 2003 concernant la définition des micros, petites et moyennes entreprises)[2], Elle est entrée en vigueur le 1er janvier 2005[3].

Une PME est définie dans l'UE comme « La catégorie des micro-, petites et moyennes entreprises (PME) est constituée des entreprises qui occupent moins de 250 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 50 millions d'euros ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 43 millions d'euros »[4].

Cette nouvelle définition distingue trois catégories d'entreprises différentes, comme l'indique le tableau ci-dessous :

Tableau 1.2 : Nouvelle définition des PME selon l'UE

Catégorie d'entreprise	Effectifs Unité de travail par an	Chiffre d'affaires Annuel	Total du bilan annuel
Moyenne	Inférieur à 250	Inférieur à 50 million d'euros	Inférieur à 43 million d'euros
Petite	Inférieur à 50	Inférieur à 10 million d'euros	Inférieur à 10 million d'euros
Micro	Inférieur à 10	Inférieur à 2 million d'euros	Inférieur à 2millions d'euros

Source : Elaboré par nous même à travers les informations de la Commission européenne, Guide de l'utilisateur pour la définition des PME, 2015, p.12

[1] Journal officiel de l'Union Européenne n° L 107 du 30/04/1996 pp. 4 -9.
[2] Journal officiel de l'Union Européenne n° L 124 du 20/05/2003 pp. 36-41.
[3] Commission européenne, Guide de l'utilisateur pour la définition des PME, rapport 2015.
[4] Article 2 de l'annexe à la recommandation 2003/361/CE du 06 mai 2003 concernant la définition des micros, petites et moyennes entreprises, Journal officiel de l'Union Européenne.

3. Les Petites et Moyennes Entreprises en Algérie

Dans cette partie en va présenter l'historique de l'évolution de la PME en Algérie ainsi que sa définition et classification selon le législateur Algérien.

3.1. Historique de la PME en Algérie[1]

La PME algérienne est née dans sa majorité après l'indépendance ; elle n'a évolué que très lentement sans disposer d'une infrastructure et d'une superstructure adaptée ni d'une expérience historique acquise. Globalement deux périodes bien distinctes ont caractérisé l'évolution de la PME depuis l'indépendance :

La première, qui a duré jusqu'en 1988, s'est distinguée par une réglementation portée essentiellement sur la limitation de l'expansion de la PME privée, en notant la mise en place d'un nombre appréciable de PME de droit public, notamment au niveau des collectivités locales.

La seconde, entamée graduellement à partir de 1988, a eu pour effets la mise en place de stimulants quant à sa promotion et sa relance dans le cadre de l'initiative privée.

Globale ment, l'évolution de la PME s'est opérée en trois étapes : 1963-1982, 1982-1988 et après 1988.

- **Période 1963-1982[2]**

Juste après l'indépendance les entreprises ont été confiées à des comités de gestion après le départ de leurs propriétaires étrangers, et furent intégrées dans des sociétés nationales à partir de 1967. Cette période a était caractérisée par l'adoption d'une économie planifiée et d'une industrie basée sur la fabrication des biens d'équipements et des produits intermédiaires.

En 1963 le premier code d'investissement a été promulgué, et malgré les avantages et les garanties proposaient aux investisseurs, ce code n'a pas abouti aux résultats attendus pour développer le secteur des PME/PMI. Suite à cet échec, un autre code des Investissements a été promulgué en date du 15/09/1966, ce code a essayé de donner un rôle plus important au secteur privé dans le développement économique algérien tout en prévoyant une place prédominante pour le secteur public sur les secteurs stratégiques de l'économie. Ce code a donné également

[1] EL GHAZI (H) : types de manager et pratiques entrepreneuriales en Algérie : secteur public, Thèse de magistère en sciences économiques, spécialité finance, université Aboubaker Balaid Tlemcen, 2011, P.39.
[2] GHARBI, (S) : la PME/PMI en Algérie : état des lieux, cahier du LAB.RII, document de travail N °232, Université du Littoral Côte d'Opale, mars 2011, PP.5-6.

naissance à la Commission Nationale des Investissements (CNI) un organisme qui délivre des agréments pour tout investisseur et entrepreneur privé.

Cependant la PME/PMI a marqué réellement son démarrage à partir du premier plan quadriennal (1970-1973) qui avait prévu un programme spécial de développement des industries locales, poursuivis d'un deuxième plan quadriennal (1974-1978). Durant toute cette période, le développement de la PME/PMI a été initié exclusivement par le secteur public dont les objectifs constituent à assurer un équilibre régional. C'est ainsi qu'un total de 594 PME/PMI a été réalisé durant cette période.

A noté que la Commission Nationale des Investissements n'a ajouté que complexité et lourdeur administrative et bureaucratique, chose qui a fait dissoudre la CNI en 1981. A cette époque, la PME/PMI a été considéré comme complément au secteur public, notant que toutes les politiques et les mesures d'aide et de développement ont été concentrés au service de ce dernier, de ce fait les promoteurs privés se sont dirigés vers les créneaux de services et de commerce, et même ces créneaux n'ont pas trouvé l'environnement favorable et encourageant, la législation de travail était rude, la fiscalité très lourde et le commerce extérieur était fermé.

- **La période 1982-1988[1]**

Cette période a été marquée par les grandes réformes mais toujours avec le système de l'économie administrée. Cette seconde période a connu une évolution marquée par beaucoup de réticences malgré qu'elle a donné naissance aux deux plans quinquennaux en faveur du secteur privé (1980-1984 et 1985-1989), ces deux plans ont dicté un ensemble de mesures telles que :

- Le droit de transfert nécessaire pour l'acquisition des équipements et dans certains cas des matières premières ;
- L'accès aux autorisations globales d'importations(AGI) ;
- Un système d'importations sans paiement.

Ces mesures d'aide ont aboutis a la réalisation de plus de 775 projets de PME/PMI, quoique cette période se caractérisait par certains obstacles aux secteurs, a signalé :

[1] Ibid. P.06.

- Le financement par les banques ne doit pas dépasser 30% du montant total de l'investissement ;
- Les montants investis ne doivent pas dépasser les 30 millions de dinars pour une société de responsabilité limitée(SARL) ;
- L'interdiction de posséder plusieurs investissements par un seul entrepreneur.

- **A partir de 1988**

À partir de 1988, l'économie Algérienne a connu une transformation radicale de son environnement économique nous parlons ici de la transition d'une économie socialiste vers l'économie de marché. Contrairement au modèle socialiste, ce système est caractérisé par : la libéralisation des marchés, l'encouragement de l'initiative privée, l'impulsion de la concurrence et la privatisation de nombreuses entreprises publiques, cette fois, la stratégie de développement est basée sur des procédures qui ont contribué à la création et au développement des PME/PMI.

Pour cela l'état a mis en place un nouveau cadre législatif et des réformes de redressement économique, telles que :[1]

Le nouveau code de la promotion de l'investissement publié le 05 octobre 1993, ce code a eu pour but :[2]

- La promotion de l'investissement ;
- L'égalité entre les promoteurs nationaux privés et étrangères ;
- Réduction des délais d'études des dossiers ;
- Remplacement de l'agrément obligatoire par une simple déclaration pour investir.

Les résultats acceptables ont incité l'Etat à prendre d'autres mesures en faveur des PME :

- L'ordonnance relative au développement de l'investissement (Ordonnance N°01/03 du 20/08/2001)[3].
- La loi d'orientation sur la promotion de la PME/PMI (Loi N°01/18 du12/12/2001). Cette loi repose sur deux axes principaux ;[4]
- La définition de la petite et moyenne entreprise.
- Les mesures d'aide et de soutien à la promotion des PME.

[1] GHARBI, (S): Op.cit, pp.6-7.
[2] Le décret législatif N° 93- 12 du 5 octobre 1993, relatif à la promotion de l'investissement.
[3] Le journal officiel de la république Algérienne, N° 47, 20/08/2001.
[4] Le journal officiel de la république Algérienne, N° 77,15/12/2001.

- La création du Conseil National de l'investissement (CNI) et l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement(ANDI).
- La suppression de la distinction entre investissements publics et investissements privés.

A vrai dire, c'est qu'à partir de l'année 2000, la création de la PME/PMI occupe une position de premier plan dans le processus de développement algérien, ce qui explique un phénomène démographique important des PME entre 2001 et 2010. Leur nombre a été multiplié par plus de deux (de 179.893 en 2001 à 369.876 PME en 2010)1, ainsi d'après le bulletin d'information statistique sur les PME, le nombre des PME créé entre 2010 et le premier semestre de 2013 est 177010[1].

3.2. Définition de la PME en Algérie

En Algérie, comme dans d'autres pays, les PME représentent la grande partie du tissu économique, un moteur de croissance et une véritable promotrice de développement, l'intérêt accordé à celle-ci apparaît à la fin des années 1980 et le début des années 1990, à la suite des réformes économiques libérales (réformes fiscales, réformes bancaires, libéralisation des prix, libéralisation du commerce extérieur)[2].

La PME est définie, quel que soit son statut juridique, comme étant une entreprise de production de biens et/ou de services [3]:

- Employant une (1) à deux cent cinquante (250) personnes ;
- Dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas quatre (4) milliards de dinars algériens ou dont le total du bilan annuel n'excède pas un (1) milliard de dinars algériens ;
- Et qui respecte le critère d'indépendance tel qu'il est défini au point trois, ci-dessous :[4]

3.2.1. Le nombre de personnes employées

Le nombre de personnes correspondant au nombre d'unités de travail-année (UTA), c'est-à-dire au nombre de salariés employés à temps plein pendant une année. Le travail partiel ou le travail saisonnier étant des fractions d'unité de travail-année. L'année à prendre en considération pour une PME en activité est celle du dernier exercice comptable clôturé.

[1] Ministère de la Petite et Moyenne Entreprise, et de l'Artisanat, bulletin d'information statistiques de la PME N° 23, 1er semestre 2013, p.07.
[2] GHARBI, (S), Op.cit. P.07.
[3] Article 5 relative à la loi n° 17-02 du 11 Rabie Ethani 1438 correspondant au 10 janvier 2017 portant loi d'orientation sur le développement de la petite et moyenne entreprise (PME). Journal officiel P.5.
[4] Ibid.P.5.

3.2.2. Seuils pour la détermination du chiffre d'affaires ou pour le total du bilan

Ceux afférents au dernier exercice clôturé de douze mois.

3.2.3. Entreprise indépendante

L'entreprise dont le capital n'est pas détenue à 25% et plus par une ou plusieurs autres entreprises ne correspondant pas à la définition de la PME.

3.3. Classification des PME en Algérie

3.3.1. Classification selon critères quantitatifs

La moyenne entreprise est définie comme une entreprise employant de cinquante (50) à deux cent cinquante (250) personnes et dont le chiffre d'affaires annuel est compris entre quatre cent (400) millions de dinars algériens et quatre (4) milliards de dinars algériens ou dont le total du bilan annuel est compris entre deux cent (200) millions de dinars algériens et un (1) milliard de dinars algériens[1].

La petite entreprise est définie comme une entreprise employant de dix (10) à quarante-neuf (49) personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas quatre cent (400) millions de dinars algériens, ou dont le total du bilan annuel n'excède pas deux cent (200) millions de dinars algériens[2].

La très petite entreprise « TPE » est définie comme une entreprise employant de un (1) à neuf (9) personnes et réalisant un chiffre d'affaires annuel inférieur à quarante (40) millions de dinars algériens, ou dont le total du bilan annuel n'excède pas vingt (20) millions de dinars algériens[3].

La définition de la PME telle qu'énonce la présente loi, constitue la référence pour :[4]

- L'octroi de tout appui, aide et soutien prévus par la présente loi au profit des PME et leur accompagnement ;
- la collecte des données et le traitement des statistiques.

Le tableau ci-dessous montre les types des PME en Algérie selon les critères quantitatifs :

[1] Article 8 relative à la loi n° 17-02 du 11 Rabie Ethani 1438 correspondant au 10 janvier 2017 portant loi d'orientation sur le développement de la petite et moyenne entreprise (PME). Journal officiel P.6.
[2] Article 9 même loi.
[3] Article 10 même loi.
[4] Article 14 même loi.

Tableau 2.2 : Tableau récapitulatif sur les différents types d'entreprises en Algérie

Critères / Types	**Le nombre d'employés**	**le chiffre d'affaires annuel**	**le total du bilan**
la moyenne entreprise	de 50 à 250 personnes	Entre 400 million et 4 milliard de dinar	entre 200 million et 1 milliard de dinar
la petite entreprise	De 10 à 49 personnes	Inférieur à 400 million de dinar	Inférieur à 200 million de dinar
La très petite entreprise	De 1 à 9 personnes	Inférieur à 40 million de dinar	Inférieur à 20 million de dinar

Source : élaboré par l'étudiant à partir des données du journal officiel de la république Algérienne, numéro 02 Correspondant au 11 janvier 2017

3.3.2. Classifications selon statut juridique

Selon la loi Algérienne il existe cinq types de sociétés. Le tableau ci-après montre les types des PME selon les critères juridiques :

Tableau 3.2 : Tableau récapitulatif sur les types d'entreprises selon des critères juridique

Type Critères	SNC	SARL	SPA	EURL	GROUPE
Texte juridique	551-563	564-594	592-715	564-594	796-799
Le nom	Société en nom collectif	Société à responsabilité limitée	Société par action	Entreprise unipersonnelle à responsabilité limité	Groupe
Le nombre d'associés	Le nombre minimum d'associé est de deux personnes	Minimum deux associés et d'un maximum de 50. 50+1 ça devient SPA dans un délai d'un an	7 actionnaires la condition de 07 actionnaires n'est pas applicable aux sociétés aux capitaux publics.	Une société d'une personne	Deux ou plusieurs personnes morales

Le capital	Divisé en parts socials	100.000 Dinars, divisé parts sociales d'égale valeur nominale de 1000 dinars au moins.	Un million de dinars et cinq millions en cas d'appel public à l'épargne	Minimum exigé est de 100.000 dinars	Avec ou bien sans capital
La gérance	Appartient à tous les associés sauf stipulation contraire des statuts.	Peut-être gérer par plusieurs gérants.	Il est gérer par un conseil d'administration composé de trois membres au moins et de douze au plus présidé par un président directeur général.	Les biens personnels du créateur	Par une ou plusieurs personnes

Source : élaborée par l'étudiant à partir des différents textes juridiques

Lorsqu'une entreprise enregistre un nombre d'employés qui la classe dans une catégorie de PME, et un chiffre d'affaires ou un total du bilan qui la classe dans une autre catégorie, le critère du chiffre d'affaires ou du total du bilan, prime pour sa classification[1]. Lorsqu'une entreprise, à la date de clôture de son bilan comptable, enregistre un ou des écart(s) par rapport au(x) seuil(s) énoncé(s) ci-dessus, elle n'acquiert ou ne perd la qualité de PME, au sens des articles 8, 9 et 10 ci-dessus, que pour autant qu'il(s) persiste(nt) sur deux exercices consécutifs[2].

La définition de la PME telle qu'énoncée dans la loi n° 17-02, constitue la référence pour :

- L'octroi de tout appui, aide et soutien prévus par la présente loi au profit des PME et leur accompagnement ;
- La collecte des données et le traitement des statistiques.

[1] Article 11 relative à la loi n° 17-02 du 11 Rabie Ethani 1438 correspondant au 10 janvier 2017 portant loi d'orientation sur le développement de la petite et moyenne entreprise (PME). Journal officiel P.5.
[2] Ibid. P.05.

4. Importance des PME dans le développement économique Algérien

Les petites et moyennes entreprises jouent un rôle hyper important, dans le développement de l'économie Algérienne, à travers la contribution à la croissance et au développement économique par :

- La création d'emploi ;
- La création de la valeur ajoutée ;
- La participation à la distribution des revenus.

4.1.La création d'emploi

Le secteur des PME était largement employeur à travers sa capacité à résorber le chômage, cette capacité résulte en fait de la dynamique de ce secteur à travers les mécanismes créateurs qui font perpétuellement apparaitre des nouvelles PME et par la suite la création d'emploi.

En Algérie La tendance constatée ces dernières années dans l'évolution du taux de chômage continue à s'inscrire globalement à la baisse, en raison de la contribution du secteur PME à créer de l'emploi, plus particulièrement par le secteur privé et les artisans. Ainsi, les données des taux de chômage en Algérie ont connus un déclin durant les dernières années, passant de 48% en 2001, 31% en 2005[1], et de 12,3% en 2006 à 10% 2010[2], et de 10% en2011 à 9,9% en 2016[3].

Ce dynamisme économique, est dû principalement à la prise en conscience par l'Algérie de l'importance du secteur des PME dans le développement socioéconomique, notamment la création d'emploi.

4.2.La création de la valeur ajoutée[4]

La valeur ajoutée se mesure par la différence des biens qu'elle vend et ce qu'elle a dû acheter pour produire ces ventes. En 1994, la valeur ajoutée du secteur public était de 617.4 milliards de dinars représentent 53.5 % du total national, alors que celle dégagé par le secteur privé avec 1 178 milliards de dinars soit 46.5 % du total national. A partir de 1998, les parts respectives se sont inversées faisant passer en tête le secteur privé avec 1 178 milliards de dinars soit 53.6 % et 1 019.8 milliards de dinars soit 46.4 % pour le secteur public.

[1] Office national des statistiques ONS, ACTIVITE, EMPLOI & CHÔMAGE EN SEPTEMBRE 2016, N°763, 2016, P.12.
[2] Ibid, P.12.
[3] IDEM.
[4] GHARBI, (S), Op.cit. P.09.

Par ailleurs, Il est à noter que plus de 65 % de la valeur ajoutée et de l'emploi des pays développés provient des PME/PMI. Une politique économique en vue de la constitution, de la promotion et des redéploiements des PME/PMI est incontournable dès lors que l'on aspire au développement.

4.3.La participation à la distribution des revenus[1]

Les PME algériennes apparaissent comme un important instrument de distribution de revenus par la rémunération accordée aux différents agents économiques qui concourent au diverse fonctionnement de l'entreprise, elles contribuent ainsi à l'augmentation des revenus dans l'économie par le versement des impôts à l'état. Il est évident donc que l'entreprise quelle que soit sa taille, a plusieurs fonctions de nature économique, qui joue un rôle primordial dans le développement d'un pays :

- La création de la valeur ajoutée.
- La redistribution de l'excès générée par La valeur ajoutée créée par chaque entreprise Ses fonctions ne sont pas les seules que l'on attribue à cette catégorie d'entreprises, de plus en plus, et du fait de son importance dans les sociétés modernes, d'autres missions lui sont attribuées : sociales, humaines et culturelles.

4.4.La participation au commerce extérieure[2]

Le commerce extérieur regroupe l'ensemble des opérations d'importation et d'exportation des biens et services. La participation du secteur des PME dans le commerce extérieur permet d'assurer une croissance économique durable. Car seule les stratégies axées sur les exportations sont en mesure de contribuer au décollage de l'industrie des pays en développement et par la suite une croissance et un développement plus rapide de leurs économies.

Concernant le commerce international algérien, la grande importance est accordée aux hydrocarbures dans les échanges internationaux. Ainsi, les données disponibles montrent qu'il y a un très faible pourcentage des PME accèdent au marché extérieur. Leur nombre est passé de 280 dans les années 80 à 40 jusqu'à moins d'une centaine des PME exportatrices hors hydrocarbures sur un total de 700 000 PME en 2012.

Aujourd'hui, la bonne santé d'une économie ne dépend pas seulement des performances des grandes entreprises. La dynamique des petites et moyennes entreprises joue un rôle important le développement économique, au niveau microéconomique à travers la création d'emploi, et

[1] Ibid., P.10.
[2] DJEMAI, (S) : Les PME exportatrices : croissance économique hors hydrocarbure, colloque, Université Sétif 01, mars 2013, p.51.

de la valeur ajoutée, mais aussi au niveau macroéconomique, à travers la participation au commerce externe, et réduction de la facture des importations. Donc une politique économique en vue de la promotion, du suivi et de l'accompagnement du secteur des PME/PMI est incontournable dès lors que l'on aspire au développement économique.

Section 02 : Les stratégies de développement et d'incitation à la création des PME en Algérie

Vue l'importance des petites et moyennes entreprises dans le développement socioéconomique, l'Algérie amis en œuvre différentes stratégies et mesures, afin d'encourager les jeunes entrepreneurs à créer leur propres entreprises.

Dans cette section, on va présenter les différentes institutions de promotion, de soutien et d'accompagnement des entreprises mises en place par le gouvernement algérien pour développer le secteur des PME.

1. Les politiques publiques pour promouvoir l'entrepreneuriat et la création des PME

L'entrepreneuriat et la création d'entreprises, sont deux phénomènes vitaux pour la relance économique, et un levier stratégique un levier stratégique pour la création de l'emploi, l'innovation, la croissance économique et la cohésion sociale.

Pour favoriser l'entrepreneuriat et la création d'entreprises, l'Algérie a créé des programmes, et dispositifs du soutien aux entrepreneurs, dès la phase de l'idée de création de projet, jusqu'au démarrage de l'activité, cela pour mieux cerner les obstacles qui entravent la création, la survie et le bon fonctionnement de ces entreprises, parmi ces diverses institutions et dispositifs on distingue : [1]

- Dispositifs d'aides et régimes d'incitation à l'investissement ;
- Dispositifs d'aides à l'accès au financement bancaire ;
- Les structures d'appui et d'animation économique locale.

1.1. Dispositif d'aides et régime d'incitation à l'entrepreneuriat

Regroupe les différents dispositifs d'aide à l'investissement et à la création d'entreprises, on distingue principalement : l'Agence Nationale d'Appui et de Développement de L'entrepreneuriat (ANADE), la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC), l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI), l'Agence Nationale de Gestion du Micro crédit (ANGEM).

[1] http://www.mdipi.gov.dz/(le site Ministère de l'Industrie, de la Petite et Moyenne Entreprise et de la Promotion de l'Investissement, consulté le 16/04/2021 à 22 :31.

1.1.1. L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI)

L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement est une institution gouvernementale créé en 2001, à caractère administratif (IPA) doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière, qui a pour mission la facilitation, la promotion et l'accompagnement de l'investissement et de la création d'entreprise à travers des régimes d'incitation qui s'articulent essentiellement autour de mesures d'exonération et de réduction fiscale.

Deux régimes d'avantages sont prévus :

- Le régime général s'applique aux investissements courants réalisés en dehors des zones à développer ;
- Le régime dérogatoire s'applique aux investissements courants réalisés dans les zones à développer et à ceux présentant un intérêt particulier pour l'état.

L'ANDI est présente dans toutes les wilayas du pays à travers les « guichets uniques décentralisés ».

Le guichet unique décentralisé est une structure qui regroupe les représentants locaux de l'ANDI et les organisations et administrations concernées par l'acte d'investissement (Registre de commerce, impôts, douanes, foncier …). Le guichet unique a pour vocation d'être l'interlocuteur unique du promoteur dans l'esprit d'alléger et de faciliter les formalités et procédures administratives relatives au projet d'investissement[1].

L'ANDI est chargée des missions suivantes :[2]

- De la promotion, le développement et le suivi des investissements nationaux et étrangers ;
- D'assurer un service d'accueil et d'information au profit des investisseurs ;
- De la prise en charge des investisseurs, leur accompagnement, et la mise en place d'un service de vis-à-vis unique pour les investisseurs non-résidents et à les assister pour accomplir les formalités requises.

[1] http://www.mdipi.gov.dz/L-ANDI(consulté le 12/04/2021 à 13 :33).
[2] Guide d'investir en Algérie, KPMG, Edition 2015, Alger, p.67.

1.1.2. La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)[1]

La caisse nationale d'assurance chômage créé en 1994. Prend en charge le dispositif de soutien à la création et l'extension d'activités réservé aux chômeurs promoteurs de 30 -50 ans, ayant perdu leur emploi.

Le coût maximum est de10 millions de dinars. Les services assurés aux promoteurs par le dispositif intègrent, à la fois :

- L'accompagnement personnalisé durant toutes les phases du projet et l'élaboration de Business Plan ;
- Prêt non rémunéré représentant 28 à 29% du coût global du projet ;
- Bonification des intérêts bancaires.

Les investissements à réaliser dans ce cadre reposent exclusivement sur un mode de financement de type triangulaire, qui met en relation le promoteur, la banque et la CNAC à travers le montage suivant :

- Apport personnel : 1 à 2% du coût global du projet ;
- Financement CNAC : 28 à 29% du coût global du projet (Non rémunéré) ;
- Financement bancaire : 70% (intérêts bonifiés).

1.1.3. L'Agence Nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat (ANADE)[2]

L'ANSEJ créée en 1996, est une institution à caractère public, placée sous tutelle du Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Sécurité Sociale.

Elle met en œuvre un dispositif fondé sur une approche économique visant l'accompagnement des jeunes chômeurs pour la création et l'extension de microentreprise de production de biens et de services. Ainsi, l'ANSEJ développe des actions de promotion de l'esprit entrepreneurial et accorde des aides financières et avantages fiscaux durant toutes les étapes de l'accompagnement, dans ce cadre l'ANSEJ agit en coordination avec les banques publiques et tous les acteurs sur le plan national et local. L'ANSEJ a pour mission :

- L'accueil, l'orientation et l'accompagnement des jeunes promoteurs ;
- Mise à la disposition des jeunes promoteurs toute information économique, technique, législative et réglementaire relative à leurs projets ;
- Assurer une formation en relation avec l'entreprise au profit des jeunes promoteurs ;

[1] https://www.cnac.dz(consulté le 21/04/2021 à 14 :12).
[2] http://www.ansej.org.dz/(consulté le 23/04/2021 à 18 :21).

- Développer des relations avec les différents partenaires du dispositif (Banques, Impôts, CNAS…).

1.1.4. L'Agence Nationale de Gestion du Micro crédit (ANGEM)[1]

Créée en 2004, l'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit, développe un dispositif (le micro crédit) visant le développement des capacités individuelles des personnes à s'auto prendre en charge en créant leur propre activité. Le Micro Crédit est un prêt permettant l'achat d'un petit équipement et des matières premières de démarrage pour exercer une activité ou un métier.

Ce dispositif est destiné à tout citoyen de plus de 18 ans sans revenus ou disposant de revenus instables et irréguliers ainsi que les femmes au foyer. Il vise l'intégration économique et sociale à travers la création d'activités de production de biens et services.

Le montage financier proposé par le dispositif prévoit la formule suivante :

- **Apport personnel :** 1% du coût global du projet ;
- **ANGEM :** 29% du coût global à travers prêt non rémunéré ;
- **Banque :** 70% du coût global (Intérêts bonifiés).

1.2 Dispositifs d'aides à l'accès au financement bancaire

Plusieurs problématiques se posent, en matière de financement de projets de création d'entreprise. Parmi celles-ci, la faiblesse accusée en matière de fonds propres, l'absence ou l'insuffisance, dans certains cas, de garanties à présenter à la banque par les promoteurs. Des dispositifs de garantie des crédits bancaires d'investissement sont mis en place par les pouvoirs publics pour pallier à ces difficultés dont essentiellement.

1.2.1. Les sociétés de capital investissement[2]

Le capital investissement est une technique de financement par des prises de participations minoritaires et temporaires dans le capital d'une société. Il prend plusieurs formes dont :

- Le capital risque pour financer la création d'entreprise ;
- Le capital développement destiné au financement du développement de l'entreprise.

L'intervention de la société de capital investissement pour créer ou développer une entreprise a plusieurs avantages notamment :

- Renforcer les fonds propres de la société financée ;

[1] http://www.mdipi.gov.dz/?ANGEM(consulté le 21/04/2021 à 14 :43).
[2] http://www.mdipi.gov.dz/?Les-societes-de-capital(consulté le 21/04/2021 à 22 :13).

- Améliorer les capacités d'endettement auprès des banques ;
- Permet au jeune promoteur d'être associé à un partenaire financier apportant également une expertise et des compétences managériales.

La loi en Algérie, fixe à la société de capital investissement un taux maximal de participation de 49% au capital de la société et une durée de participation qui varie entre 5 et 7ans. Six sociétés de capital-risque sont opérationnelles ou en cours de constitution. Ce sont toutes des filiales des banques publiques ; BADR, BNA, BEA, BAD, BDL et CPA.

1.2.2. La caisse de garantie du crédit d'investissement CGCI

La caisse de garantie du crédit d'investissement est une institution publique mise en place pour soutenir la création et le développement de la PME en lui facilitant l'accès au crédit.

La caisse de garantie du crédit d'investissement a pour vocation de :[1]

- Couvrir les risques d'insolvabilité encourus par les banques sur les crédits consentis aux PME ;
- Couvrir les risques attachés aux crédits d'investissement ;
- Renforcer qualitativement le secteur bancaire algérien, dans la mesure où elle constitue un maillon fort de la chaine de financement des PME.

1.2.3. Le Fonds de garantie des crédits aux PME (FGAR)[2]

Le Fonds de garantie des crédits aux PME (FGAR), est une institution publique, conçue pour faciliter l'accès des PME aux financements bancaires lors du lancement de projets de création ou d'extension d'activité, en accordant des garanties de crédits aux banques, à l'effet de compléter le montage financier des projets. Il est destiné aux investissements hors dispositifs (ANGEM, ANSEJ, CNAC) de création et d'extension d'activité de PME telle que définie par la loi d'orientation du 12 décembre 2001)[3].

1.2.4. Le fonds de caution mutuelle de garantie risque (FCMGR)

La garantie du fonds complète celles déjà prévues par les dispositifs (ANSEJ ou CNAC) à savoir : (le nantissement des équipements et/ou le gage du matériel roulant au profit des banques au 1er rang et au profit de l'ANSEJ où CNAC au 2ème rang, l'assurance multirisque subrogée au profit de la banque) Il y a pour :

[1] http://www.cgci.dz/fr/index.php(consulté le 21/04/2021 à 22 :57).
[2] http://www.mdipi.gov.dz/?Le-FGAR(consulté le 21/04/2021 à 23 :11).
[3] http://www.fgar.dz/(consulté le 21/04/2021 à 23 :15).

- **Les crédits jeunes promoteurs (ANADE) :** Le fonds a été créé pour conforter davantage les banques dans la prise des risques inhérents au financement des entreprises créées dans le cadre des dispositifs ANSEJ.
- **Les crédits des investissements des chômeurs promoteurs (CNAC) :** Le fonds a été créé pour conforter davantage les banques dans la prise des risques inhérents au financement des entreprises créées dans le cadre des dispositifs CNAC.

1.2.5. Le Fond de Garantie mutuelle des Microcrédits (FGMM)[1]

Le fonds a pour objet de garantir les microcrédits accordés par les banques et établissements financiers adhérents au fonds, aux bénéficiaires ayant obtenu la notification des aides de l'agence nationale de gestion du microcrédit, l'ANGEM.

1.3. Les structures d'appui et d'animation économique locale

1.3.1. Les pépinières d'entreprise

La pépinière d'entreprise, dénommée également incubateur est une structure publique d'appui, d'accueil, d'accompagnement et de soutien aux promoteurs de projets, mise en place par le ministère de la PME.

L'assistance apportée aux promoteurs consiste essentiellement à : Héberger à durée déterminée les porteurs de projets et offrir les services suivants :

- Des bureaux ou locaux à durée déterminée ;
- Un mobilier bureautique et matériel informatique ;
- Documentation, Moyens de communication et de reprographie, Réseau internet, Fax téléphone, photocopie et tirage ;
- Offrir les conseils personnalisés au plan financier, juridique, fiscal, Commercial et technique ;
- Organiser toute forme d'animation, d'assistance, de formation spécifique et de suivi des porteurs de projets jusqu'à maturation et création de leur entreprise ;
- Accompagner les promoteurs de projets dans toutes les démarches auprès : Des institutions financières, Des fonds d'aide et de soutien.
- Wilayas, communes et autres organismes en rapport avec leurs projets.

1.3.2. Les centres de facilitation des PME

En Europe, les Centres « Modèle centre de facilitation et pépinière» existent depuis 15ans ,160 centres sont implantés dans 21 pays. Sont distribuer géographiquement de façon à ne pas

[1] http://www.mdipi.gov.dz/?Le-fonds-de-garantie-mutuelle(consulté le 22/04/2021 à 13 :28).

se faire de concurrence. En Espagne les Centres de facilitation et Pépinière font partie de la même institution. La stratégie algérienne a préféré de séparer ces deux institutions pour multiplier les effets sur la population. Le Centre de facilitation des PME est un établissement public à caractère administratif dotée d'un conseil d'orientation et de surveillance qui se compose des membres suivant :

- Représentant de l'ex-ministère en qualité de présidant ;
- Représentant de l'ANADE ;
- Représentant de la direction des mines et d'industrie ;
- Représentant de la CAM ;
- Représentant des établissements financiers ;
- Représentant du secteur de l'information et de la communication ;
- Représentant de l'ANVRDET.

2. Contraintes de création des petites et moyennes entreprises en Algérie [1]

Dans l'acte créateur de l'entreprise, tout entrepreneur évalue au préalable l'environnement dans lequel il sera appelé à opérer. De même, dans la phase opérationnelle de l'entreprise, la qualité de la gestion d'une entreprise ne se mesure pas uniquement à son bon fonctionnement interne mais également à la bonne relation qu'elle entretient avec cet environnement dans toutes ses dimensions.

2.1. Les contraintes socio-économiques de l'environnement

La phase la plus difficile pour une entreprise se situe dans les premières années de son existence dans son environnement. Or il semble que de nombreuses créations d'entreprises échouent dès la première année, cela est dû à :

2.1.1. Les contraintes liées à l'information, à la communication et aux défaillances institutionnelles

Sur le plan informationnel, l'absence de réseau d'information, de publication ainsi que d'autres outils médiatiques (émissions télévisuelles, revues et journaux spécialisés…) sont autant de carences qui contribuent à maintenir le primat de l'informel et de l'empirisme, ainsi que le déficit de communications rapides, de moyens efficaces de transfert de données et de savoir-faire, constitue aussi une contrainte pour les entrepreneurs.

[1] Boutaleb (K) : La Problématique de la création des P.M.E. face aux contraintes socio-économiques de l'environnement en Algérie, in revue algérien de développement économique, N ° 02, juin 2015, pp.19-28.

Sur le plan institutionnel, il n'existe pas à proprement parler d'organisation adéquate pour la production de l'information économique et sociale et sa diffusion, encore moins de structure de conseil, d'orientation et de suivi de l'investissement[1].

2.1.2. Les contraintes liées aux défaillances de l'administration

L'une des contraintes majeures pour les entrepreneurs algériens réside dans les lenteurs bureaucratiques celles-ci se manifestent dans la longueur, la complexité et la non- coordination des procédures administratives pour obtenir auprès des administrations locales et mêmes centrales les accords nécessaires à l'installation, à l'établissement et au démarrage de l'entreprise. Il faut toujours produire une masse de documents pour faire enregistrer une entreprise et le processus complet de création prend des mois et des mois pour aboutir si jamais il aboutit[2].

2.1.3. Les contraintes liées au système judiciaire

L'administration judiciaire constitue également un facteur de blocage pour les investissements par la lourdeur et la complexité d'ordre législatif qui bloquent pour longtemps le processus de création d'entreprise.

2.2. Les contraintes liées au financement

Les obstacles relatives au problème de financement qui, quant à lui, fait défaut et coûte encore cher pour les jeunes créateurs et prive de nombreuses PME, et freine leur croissance.

Ainsi que L'indisponibilité des locaux et des terrains a des prix raisonnables d'une part, le coût des investissements à entreprendre notamment dans les premières étapes de réalisation d'autre part, ainsi que le coût financier et les frais de douane que suppose de l'autre côté, ce qui implique des pressions d'ordre fiscale et douanière et par la suite la diminution des motivations des futurs entrepreneurs ce qui mène le processus de création d'entreprise à l'échec.

Donc, grosso-modo, en Algérie la création et le développement de la PME a connu un essor remarquable favorisé par les politiques publiques incitatives en termes d'encadrement institutionnel, d'aides publiques, de réglementation et de mise à niveau. Mais ces efforts doivent être plus fructueux.

[1] TERRY (G) et FRANKIN (S) : *Principes de management*, Edition : Economica, Paris, 1985, P.86.
[2] Le quotidien El Watan, le 04/04/2015.

Conclusion

L'analyse mise en œuvre dans ce deuxième chapitre a permis non seulement d'avoir une vision d'ensemble de place qu'occupe la petite et moyenne entreprise dans le développement socioéconomique, mais aussi les facteurs considérer pouvant lui permettre de se maintenir et de renforcer son existence ainsi que les stratégie de sa pérennité.

En Algérie, nous assistons à une multiplicité des structures, des dispositifs et des programmes (ANADE, ANDI, ANGEM….). Si l'objectif de ces structures et ces dispositifs est d'assurer le développement et d'augmenter les probabilités de succès des PME, afin de soutenir la création d'emploi et de richesse, un accompagnement, une formation et un suivi adéquat des entrepreneurs naissants s'avère donc indispensable, voire prioritaire.

CHAPITRE 03 :

L'IMPACT DE LA CONVENTION ANADE-MDE AU MILIEU UNIVERSITAIRE

Introduction

L'entrepreneuriat est l'une des solutions au défi du chômage. Il constitue un levier incontournable de la dynamique économique.

En Algérie, on peut citer plusieurs dispositifs de suivi et d'accompagnement à la création d'entreprise telle que L'ANDI, L'ANGEM, LA CNAC et L'ANADE.

Nous avons choisi de traiter le cas de pratique de notre travail à la direction générale de l'ANADE, Dans ce chapitre, nous allons commencer par faire une présentation de l'ANADE en étant un dispositif d'accompagnement entrepreneurial et une présentation de la maison de l'entrepreneuriat en étant un centre de ressources et d'expertise en milieu universitaire.

Enfin dans la deuxième partie, nous allons présenter la méthodologie de recherche et les résultats obtenus.

Section 01 : Présentation de dispositif ANADE « Agence Nationale d'Appui et Développement de l'Entrepreneuriat » et la maison de l'entrepreneuriat

1. La présentation de l'organisme d'accueil

D'après la documentation interne qui nous a été fourni lors de notre période de stage par l'organisme :

1.1. L'historique de l'ANADE

L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANADE) , a été créé en 1996 par le décret exécutif n° 96-296 du 24 rabie ethani 1417 correspondant au 8 septembre 1996, l'article 16 :(modifié par l'article 122 de l'ordonnance n°96-31 du 19 chaâbane 1417 correspondant au 30 décembre 1996 portant loi de finances pour 1997).Il est ouvert dans les écritures du Trésor, un compte d'affectation spéciale N°302.87 intitule « fonds national de soutien à l'emploi des jeunes »[1].

La présentation de l'agence a été résumée dans un ensemble des textes législatifs et réglementaires :[2]

- **Article 1:** En application des dispositions de l'article 16 de l'ordonnance N°96-14 du 8 safar 1417 correspondant au 24 juin 1996 susvisée, il est créé sous la dénomination d'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANADE) un organisme à caractère spécifique régi par les dispositions du présent décret.

- **Article 3 :** le suivi opérationnel de l'ensemble des activités de l'agence est exercé par le ministère chargé de l'emploi.

-Article 4 : l'agence est dotée de la personnalité morale et de l'autonomie financière.

- **Article 5 :** le siège de l'agence est fixé à Alger. Il peut être transféré en tout autre lieu du territoire nationale par décret exécutif pris sur rapport du ministre chargé de l'emploi. L'agence peut créer toute antenne régionale ou locale sur décision de son conseil d'orientation.

- **Article 7 :** L'agence est administrée par un conseil d'orientation. Elle est dirigée par un directeur général. Elle est dotée d'un comité de surveillance.7 bis : L'agence dispose d'une structure centrale chargée du contrôle et de l'inspection.

[1] http://www.ANSEJ.org.dz/. (Consulté le 04/05/2021 à 14h14) .
[2] Recueil des textes législatifs et réglementaires dispositifs de Soutien à l'Emploi des Jeunes, novembre, 2011.

- Article 8 : L'organisation de l'agence est proposée par le directeur général et adopté par le conseil d'orientation.

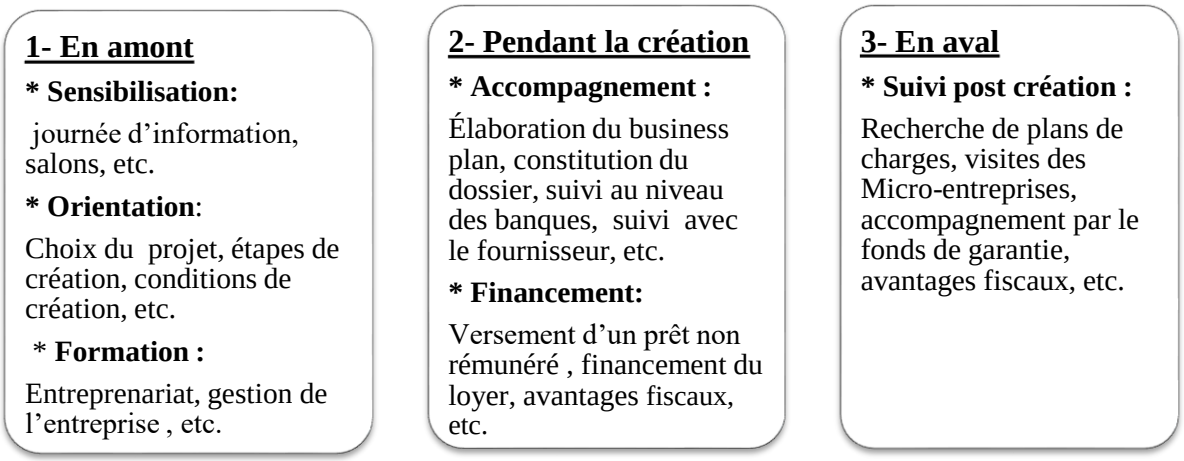
- Article 21 : Le directeur général de l'agence est nommé par décret exécutif sur proposition du ministre chargé de l'emploi. Il est mis fin à ses fonctions dans les mêmes formes.

1.2. Missions, objectifs et prestations de l'ANADE

1.2.1. Les missions de l'ANADE

L'agence a pour missions, en relation avec les institution et organismes concerné :

Figure 1.3 : Accompagnement des jeunes promoteurs



Source : document interne de l'ANADE.

1.2.2. Les objectifs de l'ANADE

Pour être efficace, ce dispositif s'est fixé des objectifs principaux :

- ✓ Favoriser la création d'activités de bien ou de services par les jeunes promoteurs ;
- ✓ Encourager toutes formes d'action tendant à promouvoir l'emploi durable des jeunes ;
- ✓ Création d'activité et de richesse ;
- ✓ Assurer la pérennité des micro-entreprises crées dans le cadre du dispositif ;
- ✓ Développer l'esprit entrepreneurial chez les jeunes.

Ainsi l'impact de ce dispositif est comme suit :

- ✓ Projet à grande valeur technologique et économique ;
- ✓ Instrument de la croissance économique et de création d'emploi durables ;
- ✓ Outil du développement local.

1.2.3. Les prestations de l'ANADE

Le projet d'entreprise peut poster soit sur la création d'une entreprise nouvelle soit sur l'extension d'activité à partir d'une entreprise existante. Le dispositif ANADE propose un large éventail de prestations aux porteurs de projets qui se présentent. Ces prestations s'étalent sur toutes les étapes de formulation et de lancement du projet.

Elles sont assurées par des équipes d'accompagnements à partir des antennes ou annexes réparties à travers les 48 wilayas du pays.

- **Au stade de la formulation du projet :** l'information, l'orientation et le conseil sont prodigués pour déboucher sur la formation du projet sous la forme d'un business plan (ou étude technico-économique) qui est soumis à la validation d'un comité de sélection, de validation et de financement des projets (CSVF), chargé de se prononcer sur l'éligibilité du projet.
- Après la validation du projet : et préalablement à la mise en place du financement de son projet, le candidat doit choisir la forme juridique de sa future entreprise, compléter son dossier de financement et bénéficie obligatoirement d'une formation aux techniques de gestion d'entreprises.
- Au stade de son entrée ou en exploitation : et de sa montée en puissance, le projet fait l'objet d'un appui en termes de suivi. Des visites de contrôle sont effectuées pour vérifier les déclarations de l'entrepreneur.

1. **Fonction de l'accompagnement au niveau de l'ANADE**

L'accompagnement représente la pièce maitresse dans le fonctionnement de l'organisation

- **L'accueil :** après l'agent d'accueil, c'est à l'accompagnateur d'accueillir l'entrepreneur, il va l'informer et l'orienter dans ses démarches de création.

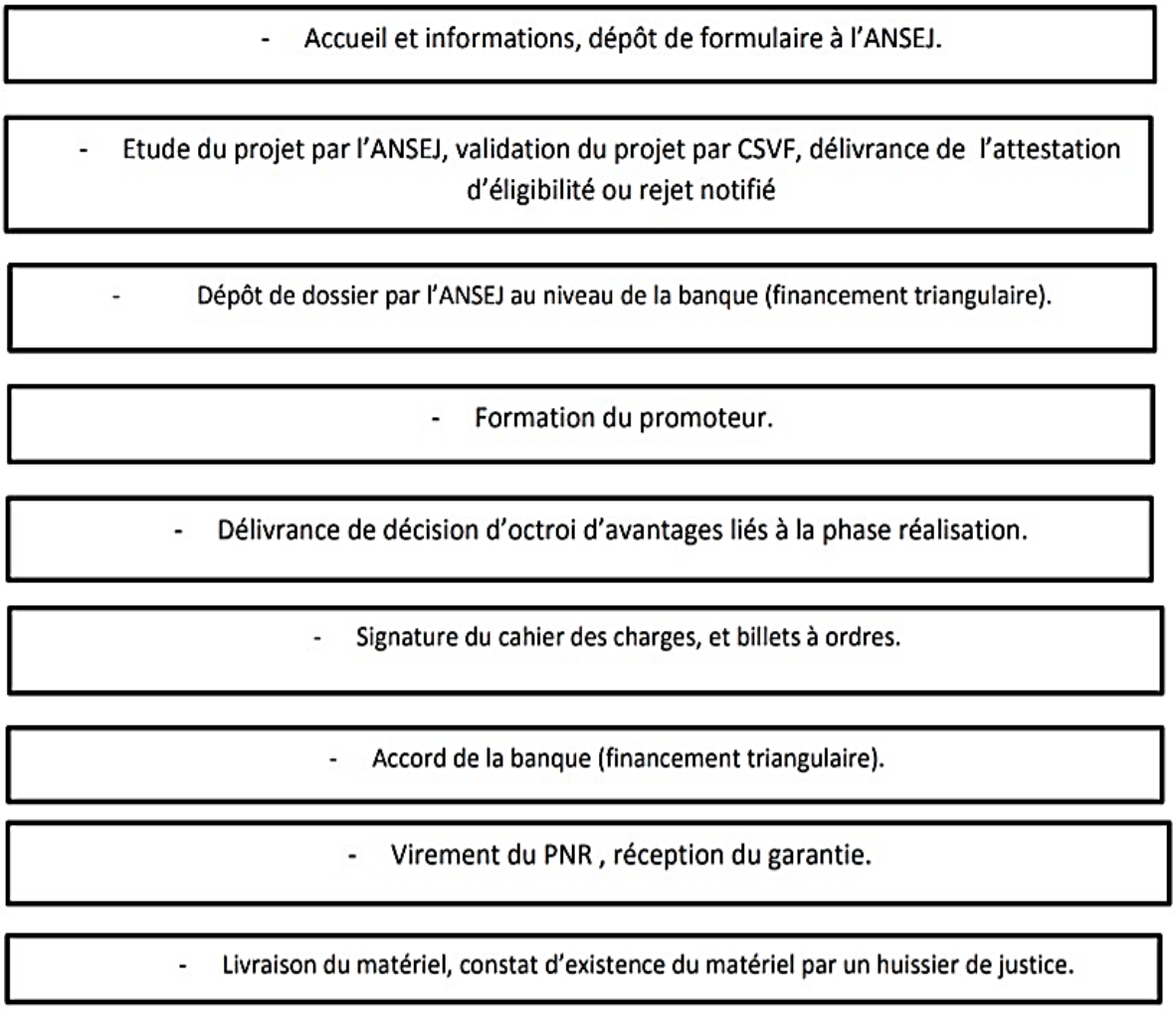
L'ANADE a choisi une organisation de travail de manière à ce que l'entrepreneur puisse être suivi par un seul accompagnateur pendant tout le processus, et le premier entretien permet à l'accompagnateur d'installer la relation avec l'entrepreneur et d'avoir une idée claire sur l'activité envisagée, valider ses qualifications et ses acquis professionnels et ainsi de l'impliquer dans l'étude du marché de son projet.

- **La collecte d'information et l'évaluation du projet :** après avoir encadré le projet avec l'entrepreneur, l'accompagnateur va collecter les informations nécessaires pour l'évaluation

de ce projet. Ces informations concernent le marché potentiel, les choix des ressources humaines, les choix juridique, et les ressources financières nécessaires…etc.

- **Le suivi de la création :** l'accompagnateur va orienter l'entrepreneur dans la création juridique de son entreprise en lui expliquant les différentes procédures, tels que les impôts.

Figure 2.3 : Les étapes de création d'une microentreprise par l'ANADE.



Source : document interne de l'ANADE.

3. Les spécifiés de création d'entreprise à travers l'ANADE

L'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes et une instruction à caractère public, placée sous la tutelle du ministère du travail, de l'emploi et de la sécurité sociale.

L'ANADE met en œuvre un dispositif fondé sur une approche économique visant l'accompagnement des jeunes chômeurs pour la création et l'extension de micro entreprises de production de biens et de services.

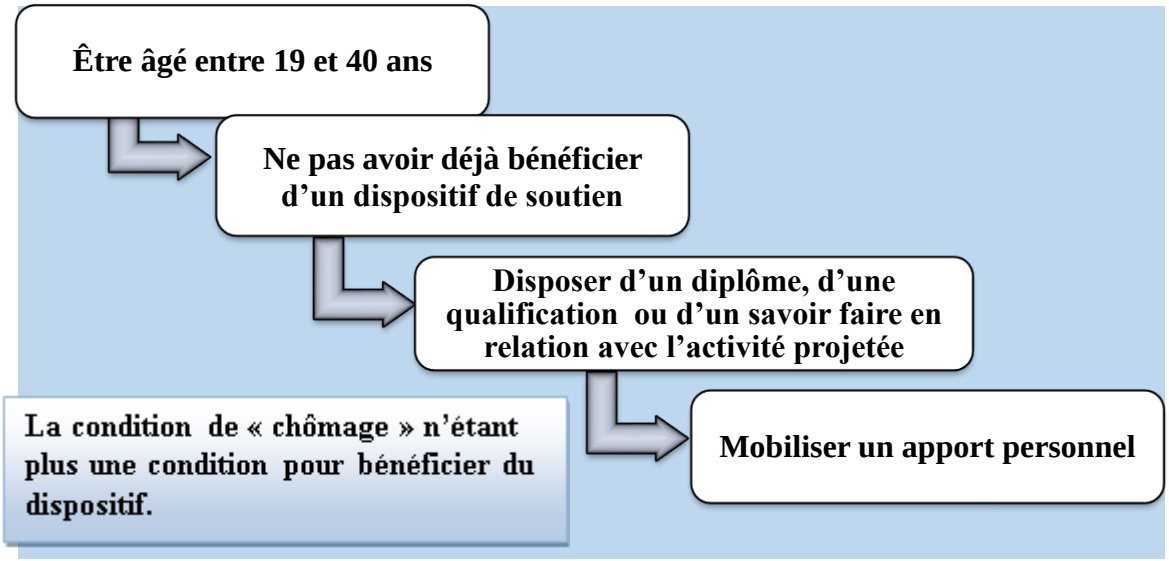
Dans ce cadre, L'ANADE agit en coordination avec les banques et tous les acteurs sur le plan nationale et local. L'entrepreneur bénéfice d'un accompagnement de la part de la structure ANADE et d'autres avantages de nature financières et fiscales. Mais le jeune promoteur doit satisfaire un nombre de condition.

3.1. Conditions d'éligibilité pour la création d'une entreprise :

Pour le bénéfice de l'aide du fonds national de soutien à l'emploi des jeunes, quatre principales conditions sont requises lors de la création d'une activité, on précise que la condition de « chômage » n'étant plus une condition pour bénéficier du dispositif.

Nous allons schématiser dans la figure suivante :

Figure 3.3 : Condition d'éligibilité



Source : Document interne de l'ANADE

3.2. Les modes de financement proposé par l'ANADE[1]

L'ANADE propose trois formules de financement pour un cout global de l'investissement qui ne peut dépasser 10 millions de DA : un financement triangulaire, un financement mixte et l'autofinancement.

[1] Décret exécutif n° 03-290 du 6 septembre 2003, modifié et complété, fixant les conditions et le niveau d'aide apportée aux jeunes promoteurs.

- **Le financement triangulaire**

Tableau 1.3 : Le mode de financement triangulaire.

	Prêt bancaire bonifié à 100%	**Prêt non rémunéré ANADE**	**Apport personnel**
Nord	**70%**	**15%**	**15%**
Sud		**20%**	**10%**
Haut plateaux		**18%**	**12%**

Source : Elaborer par l'étudiant.

NB : Pour les étudiants et les jeunes chômeurs le seuil minimum des fonds propres à mobiliser est fixé à 5% (Décret exécutif n° 21-125 du 29 mars 2021 modifiant le Décret exécutif n° 03-290).

- **Le financement mixte**

Tableau 2.3 : Le mode de financement mixte

Prêt non rémunéré ANADE	**Apport personnel**
50 %	**50 %**

Source : élaboré par l'étudiant.

- **L'autofinancement**

L'investissement est financé à 100% sur Fonds propres du promoteur

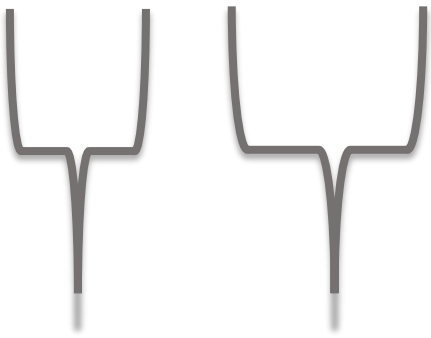
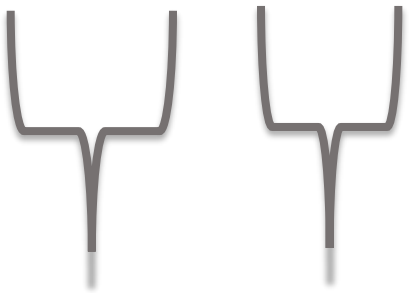
3.3. Prêts non rémunérés supplémentaires [1]

En sus du prêt non rémunéré (PNR) classique deux prêts, sans intérêts, supplémentaires (PNR Sup) peuvent être accordés :

- Un prêt non rémunéré supplémentaire d'Exploitation à titre exceptionnel, d'un montant qui ne saurait dépasser Un million (1.000.000) de dinars.
- Un prêt non rémunéré supplémentaire, d'un montant qui ne saurait dépasser Cinq cent mille (500.000) dinars, pour la prise en charge du loyer du local ou du poste à quai au niveau des ports.

3.4. Mécanisme de remboursement des crédits

Tableau 3.3 : Mécanisme de remboursement des crédits

	Crédit bancaire	**Prêt ANADE**
Durée de crédit	**18 mois différé** **05 ans de remboursement**  **Six années et six mois**	**6 années et 6 mois différé** **05 ans de remboursement**  **Onze années et six mois**
Remboursement	Le Remboursement du principal intervient après 18 mois de la date de mobilisation du crédit.	Le Remboursement du PNR à l'issue du remboursement du crédit bancaire.

Source : Document interne de l'ANADE.

[1] Décret exécutif n° 03-290 du 6 septembre 2003, modifié et complété, fixant les conditions et le niveau d'aide apportée aux jeunes promoteurs.

3.5. Garantie des crédits

Dans le cadre de la garantie des crédits, accordés par les banques et les établissements financiers aux micro-entreprises créées dans le cadre du dispositif, il a été créé le Fonds de Caution Mutuelle de Garantie Risques Crédits Jeunes Promoteurs[1]. Ce fonds est placé sous la tutelle du Ministère délégué chargé de la microentreprise.

Il est représenté au niveau de chaque wilaya par une délégation locale chargée d'assurer le suivi des micro-entreprises depuis leur création, en terme de garantie des crédits, et d'accompagnement des jeunes promoteurs en difficulté de remboursement de leurs crédits bancaires après indemnisation des banques.

4. Les avantages fiscaux

- **La phase de réalisation**

✓ Exemption du droit de mutation à titre onéreux pour les acquisitions immobilières effectuées dans le cadre de la création d'une activité industrielle ;

✓ Application du taux réduit de 5% en matière de droit de douanes pour les biens d'équipements importés et entrant directement dans la réalisation de l'investissement ;

✓ Exonération des droits d'enregistrement sur les actes constitutifs des micros entreprises.

- **La phase d'exploitation**

✓ Exonération totale de l'Impôt Forfaitaire Unique (IFU) pendant une période de (03) trois années, (06) six années ou (10) dix années, selon l'implantation de l'activité (zone normale, hauts plateaux ou sud).

Ces périodes sont prorogées de deux (2) ans lorsque la microentreprise s'engage à recruter au moins trois (3) employés pour une durée indéterminée.

✓ Exonération de la taxe foncière sur les constructions et additions de construction pendant une période de (03) trois années, (06) six années ou (10) dix années, selon l'implantation de l'activité.

- **Autre avantage**

Le code des marchés publics prévoit l'accès des jeunes promoteurs aux marchés publics, à travers l'octroi, en leur faveur de 20% de la commande publique.

[1] Décret exécutif n° 98-200 du 9 juin 1998, modifié et complété, portant création et fixant les statuts du fonds de caution mutuelle de garantie risques/crédits jeunes promoteurs modifié et complété.

5. L'accompagnement entrepreneurial à travers les maisons d'entrepreneuriat

Le rapprochement de l'ANADE avec les établissements universitaires, a commencé depuis sa création, a traves l'organisation de journées d'information sur le dispositif de création de micro-entreprises, au profit des universitaires. Cette relation ANADE-UNIVERSITE a évolué vers des programmes pilotes au niveau de certaines universités avec la mise en place de dispositifs de sensibilisation et d'accompagnement des étudiants pour la réalisation de leurs projets d'investissement. D'autres programmes ont vu le jour également avec la mise en place d'une licence professionnelle en entrepreneuriat au niveau de l'Université Mentouri de Constantine, à partir de l'année 2007, ainsi qu'une Maison de l'Entrepreneuriat au sein de ce même campus, en partenariat avec l'Université Pierre Mendès France de Grenoble. La généralisation de la mise en place du concept au niveau de toutes les universités, a été suscitée par les résultats probants obtenus grâce à l'expérience pilote engagée au niveau de l'université de Constantine.

5.1. Définition et missions des maisons d'entrepreneuriat

Pour mieux comprendre le concept de la maison de l'entrepreneuriat, nous allons examiner la définition de la maison de l'entrepreneuriat, ainsi que ses missions.

5.1.1. Définition

C'est un centre de ressources et d'expertise en milieu universitaire, créée en 2007. Les maisons de l'entrepreneuriat, conçues comme des espaces conviviaux d'échanges et de mise en œuvre de programmes liés à la création d'entreprise, favorisant l'ouverture de l'université sur le monde de l'entreprise, à travers l'organisation de journées de sensibilisation et d'études, des cursus courts et l'introduction de modules sur la création d'entreprise.

Par ailleurs, elles organisent des ateliers thématiques, des concours des meilleurs business plans et participent à l'organisation et l'animation de colloques et séminaires nationaux et internationaux sur les différents thèmes de l'entrepreneuriat.

L'animation de ses maisons de l'entrepreneuriat est assurée par des personnes ressources de l'université et formateurs de l'ANADE certifiés par le Bureau International du Travail (BIT).

5.1.2. Missions

La maison de l'entrepreneuriat est l'outil central sur lequel s'appuie l'ANADE pour sensibiliser les étudiants et les initier à l'acte d'entreprendre, en partenariat avec les universités et les grandes écoles.

La maison de l'entrepreneuriat a pour mission :

- Diffusion de la culture entrepreneuriale ;
- Pré-accompagnement des étudiants et des chercheurs porteurs d'idées à l'entrepreneuriat ;
- Formation des étudiants à l'entrepreneuriat.

À travers :

- ✓ La sensibilisation et la formation des étudiants à l'entrepreneuriat ;
- ✓ L'enseignement de matières transversales relatives à l'entrepreneuriat :
  - Le processus de création d'entreprise ;
  - Connaissances de base sur l'entreprise.
- ✓ Organisation de séminaires, de journées d'étude thématiques
  - Emergence de l'idée de projet ;
  - Etude de marché ;
  - Montage financier ;
  - Plan d'affaires.
- ✓ Mettre en contact le porteur de projet avec le réseau d'aide à la création d'entreprise (ANADE, Banques, Impôts,….).

6. Activités et organisation des maisons d'entrepreneuriat

6.1. Les activités

Les activités réalisées par la maison de l'entrepreneuriat s'appuient sur un programme annuel décliné ainsi :

- Journées d'information et de sensibilisation, à caractère général ;
- Journées d'études et séminaires organisés au niveau des facultés ;
- Universités d'été : cursus d'une semaine sur la création d'entreprise, avec la participation des partenaires du dispositif ANADE ;
- Tables rondes thématiques sur l'entrepreneuriat ;
- Concours des meilleurs business plan ;
- Témoignages d'entrepreneurs ;

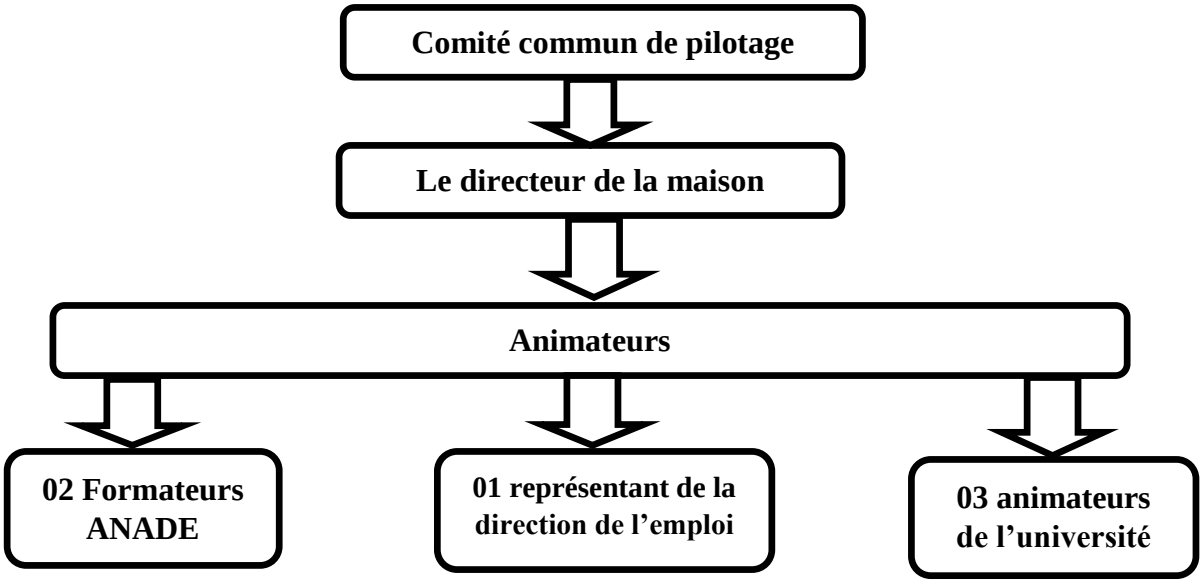
- Concours de meilleures idées de projets ;
- Participation aux salons ;
- Insertion des modules ;
- Manifestations et évènements ;
- Ecoute et information ;
- Organisation de cycles de formation sur la création d'entreprise ;
- Contact avec les réseaux ;
- Source de documentation ;
- Pré accompagnement des étudiants porteurs de projets ;
- Organisation « des stars de l'entrepreneuriat » en partenariat avec l'ANADE et d'autres partenaires.

6.2. Organisation de la maison de l'entrepreneuriat

L'organisation de la maison de l'entrepreneuriat s'articule autour d'un comité de pilotage comprenant :

- Un universitaire responsable de la structure ;
- Deux animateurs de l'ANADE (formateurs) ;
- Deux animateurs de l'université ;
- Un représentant de la direction d'emploi de la wilaya.

Figure 4.3 : Comité de pilotage de la maison de l'entrepreneuriat



Source : élaboré par l'étudiant

On compte aujourd'hui 75 maisons de l'entrepreneuriat implantées au sein des pôles universitaires et grandes écoles au niveau de tout le territoire national, animées par des formateurs certifiés par le Bureau International du Travail (BIT), afin d'assurer au mieux les missions et activités des maisons de l'entrepreneuriat et veiller à la vulgarisation de l'esprit entrepreneurial.

7. Le programme de coopération en relation avec le bureau international du travail (BIT) « le programme de formation CREE/GERME »

7.1. Présentation du programme

Le Programme CREE-GERME diffuse une méthodologie de formation et des outils de management permettent aux entrepreneurs, potentiels et existants, d'assimiler les principes de base de la gestion d'une entreprise. C'est une méthode simple et pratique et interactive, utilisant des jeux de rôles, des jeux d'entreprise et des études de cas. La méthodologie du programme de formation est composée de trois modules qui se complètent :

TRIE : Trouvez son idée d'entreprise.

CREE : Comment créer son entreprise.

GERME : Comment gérer au mieux son entreprise.

7.2. Objectif du projet

Renforcement des capacités de l'encadrement de l'ANSEJ, en matière de formation des jeunes promoteurs sur la méthode CREE/GERME.

7.3. Les modules de formation

Les modules dispensés aux jeunes promoteurs sont :

1. Marketing 2. Approvisionnement 3. Gestion des stocks

4. Calcul des coûts 5. Comptabilité 6. Personnel et productivité

7. Planification financière

Section 02 : Méthodologie, analyse et résultats de l'enquête

Dans cette section, nous allons présenter la méthodologie que nous avons suivi pour répondre à notre problématique et ainsi, de confirmer ou infirmer les hypothèses préalablement établies. Nous allons tout d'abord présenter notre objectif de recherche, notre approche, outils de recueil de données et d'échantillonnage, et enfin, la méthode d'analyse et d'interprétation des données.

1. L'objectif de la recherche

La recherche a pour objectif principal de faire connaître l'apport que peut avoir la convention ANADE-Maison de l'entrepreneuriat sur les étudiants et la création d'entreprise au milieu universitaire.

2. L'approche de la recherche

Dans notre étude, nous avons choisi de combiner entre l'étude qualitative et l'étude quantitative, on distingue donc deux (02) principaux outils d'investigation afin d'obtenir grâce à leur complémentarité, une meilleure collecte de données.

- Notre premier outil méthodologique appartient à la méthode quantitative, qui a été faite au moyen d'un questionnaire.
- L'autre instrument appartient à la méthode qualitative, qui a été faite à travers des interviews ou autrement dit des entretiens (semi-directifs dans notre cas).

3. L'étude quantitative

« L'approche quantitative, très répandue, est particulièrement utile pour des études sur les comportements, les connaissances, les attitudes, les préférences, et la satisfaction. Elle repose sur un questionnaire individuel administré en face à face, par téléphone, Internet ou courrier».[1]

L'objectif global de l'étude quantitative est de mesurer et de quantifier le marché. Elle s'articule autour des points suivants : [2]

- Collecter l'information afin de pouvoir l'extrapoler à la population cible ;
- Analyser les résultats avec précisions ;
- Quantifier (décrire, prédire, comparer, etc.) et segmenter le marché.

[1] KOTLER (P) KELLER (K) et MANCEAU (D), Marketing management, édition 15, Pearson France, 2015, P.120.
[2] FERRANDI (J) et LICHTLE (M), Marketing, Edition Dunod, P.77.

3.1. Méthode de collecte de données

Pour récolter les données, nous avons opté pour le questionnaire. C'est l'instrument idéal pour rassembler un maximum d'informations. Le questionnaire est définit comme : « une technique d'investigation scientifique directe, une méthode utilisée auprès d'individus et qui permet de les interroger d'une manière directive et de faire un prélèvement Quantitatif afin de trouver des relations mathématiques et de faire des comparaisons chiffrées »[1].

Un questionnaire peut comporter plusieurs types de questions :[2]

- **Questions ouvertes :** Une question ouverte laisse l'individu interrogé totalement libre du choix de sa présence, dans sa forme et dans sa longueur. Ce type de question est à manier avec précaution dans les enquêtes quantitatives, où il faudra standardiser les questions autant que possible ;
- **Questions fermées :** Les questions fermées sont des questions pour lesquelles il est imposé au répondant une forme précise de réponse et un nombre limité de choix de réponses.

Deux types de questions fermées sont possibles :

- Questions à choix multiples et réponse unique ;
- Questions à choix et réponses multiples.

- **Échelles à catégories spécifiques :**

Il s'agit d'une forme particulière de question fermée, principalement utilisée pour mesurer des variables psychologiques (croyances, évaluations, sentiments…) sur une échelle comme par exemple l'échelle de Likert. Le répondant entoure le chiffre qui approche au mieux son degré d'accord avec chaque proposition énoncée.

3.2. Élaboration du questionnaire

Afin de pouvoir répondre à nos hypothèses, nous avons élaboré un questionnaire en utilisant l'ensemble des types de questions citées précédemment afin de guider le répondant dans ses réponses et aussi d'avoir l'information voulue.

- **La structure du questionnaire**

Le questionnaire a été construit et divisé en quatre (4) parties :

[1] CHABANI, OUACHERINE : *Guide de méthodologie de la recherche en science sociales*, édition1, TALEB Impression, 2013, p77.
[2] GIANNELLONI (J) et VERNETTE (É) : Etudes de marché, édition Vuibert, Paris, 2015, PP.311-313.

- ✓ **Première partie (l'introduction) :** Il est question de nous présenter et décrire notre travail afin d'informer les répondants de notre thématique, du temps consacré aux réponses et de la garantie de l'anonymat.
- ✓ **Deuxième partie :** regroupe l'ensemble des questions qui renseigne sur les répondants et de fournir des informations sur telles que la tranche d'âge, l'école, le niveau…etc.
- ✓ **Troisième partie :** regroupe l'ensemble des questions sur l'esprit entrepreneurial des étudiants de pôle universitaire de Kolea.
- ✓ **Quatrième partie :** regroupe les questions portant sur L'ANADE et la maison de l'entrepreneuriat.

Le questionnaire comporte (18) questions formulées de manière simple et concise allant du plus général au plus spécifique avec des questions filtre permettant de guider les répondants.

3.3. L'échantillonnage

La qualité de l'enquête à travers un questionnaire dépend essentiellement des critères de sélection de son échantillon, il est impératif qu'il soit représentatif de la population à étudier.

Dans le cadre d'une étude quantitative par sondage, « l'échantillonnage est la phase qui consiste à sélectionner les individus que l'on souhaite interroger au sein de la population de base. Les résultats obtenus sur l'échantillon sont ensuite extrapolés à la population que' on souhaite étudier »[1].

Il existe principalement deux méthodes d'échantillonnage :[2]

3.3.1.Échantillons aléatoires

- ✓ Échantillon aléatoire au premier degré : toute personne appartenant à la population a une chance connue et identique d'appartenir à l'échantillon. Ce système suppose de disposer d'une liste de la population étudiée.
- ✓ Échantillon aléatoire stratifié : l'univers est d'abord réparti en strates mutuellement exclusive (exemple : classe d'âge), au sein desquelles s'opère le tirage au sort.
- ✓ Échantillonnage aléatoire en grappe : la population est divisée en grappes mutuellement exclusives (exemple : rues). Nous tirons au sort les grappes étudiées au sein des desquelles on interroge l'ensemble des individus.

[1] http://www.definitions-marketing.com/definition/echantillonnage-etude/ (Consulté le 2/06/2021 à 17h31).
[2] KOTLER (P) KELLER (K) et MANCEAU (D), Op.cit, P.131.

3.3.2.Échantillons non aléatoires

- ✓ Échantillon de convenance : le chercheur sélectionne un échantillon à sa portée pour recueillir l'information (exemple : personnes présentes ce jour-là dans un magasin).
- ✓ Échantillon raisonné : le chercheur choisit l'échantillon en fonction de sa capacité à lui fournir une information fiable.
- ✓ Échantillon par quotas : le chercheur détermine l'échantillon en fonction de « quotas» établis sur les critères prédéterminés. Il reproduit dans l'échantillon les caractéristiques de la population sur ces critères. C'est la méthode la plus utilisée dans les études de marché.

3.4. Méthode d'échantillonnage retenue

La méthode d'échantillonnage retenue pour notre enquête est la méthode empirique de l'échantillonnage par convenance, basée sur un échantillon de 150 individus, cette méthode consiste à se limiter aux personnes les plus accessibles et les plus disponibles. Étant donné l'absence d'une base de sondage concernant notre population mère.

3.5. Le déroulement de l'enquête

Une fois toutes les informations collectées, on passe ensuite à la partie la plus difficile, celle qui consiste à analyser l'ensemble de ces données après dépouillement du questionnaire. Le dépouillement du questionnaire a été fait par notre propre soin.

3.6. Durée de l'enquête

Notre enquête s'est étalée sur une période d'une semaine, où nous avons pu élaborer notre questionnaire, et collecter et analyser les informations de notre échantillon.

4. L'analyse de données et présentation de résultats

Les réponses obtenues des interrogés ont permis de saisir une masse d'informations brutes qu'il fallait analyser. Après collecte, saisie et analyse des données, on vous présentera les résultats obtenus en utilisant des tableaux statistiques et parfois des graphes pour mieux illustrer et apprécier ces résultats obtenus.

5. L'étude qualitative

Dans notre étude, nous avons choisi la recherche qualitative qui a été faite à travers des interviews ou autrement dit des entretiens afin d'obtenir une meilleure collecte de données. Dans notre cas nous nous sommes appuyés sur l'entretien semi-directif, dans ce type d'entretien, le chercheur définit un ensemble de questions dans le but de les poser au chercheur, tandis que

le chercheur se réserve le droit de poser des questions de temps en temps sans s'écarter du sujet, c'est l'outil qui va nous permettre d'avoir une relation flexible avec nos interlocuteurs, et ce dernier dispose d'une certaine liberté de répondre aux questions.

5.1. L'entretien

L'entretien est définie comme « Un rapport oral, en tête à tête, entre deux personnes dont l'une transmet à l'autre des informations sur un sujet prédéterminé ». L'entretien consiste en une séance de questionnement adressée à une personne ou à plusieurs personnes choisies fortuitement dans le but de collecter des informations permettant de confirmer ou d'infirmer les hypothèses de recherche. Il existe plusieurs types d'entretiens en fonction du degré plus ou moins élevé de directivité, on cite alors :

- **L'entretien non directif**

Dans ce type d'entretien le thème général est décomposé en sous-thèmes, ce type d'interview est donc un peu plus structuré et le degré de liberté y est un peu plus réduit. L'entretien non directif laisse beaucoup de latitude à la personne interviewée celle-ci peut s'exprimer librement sur le sujet qui lui a été présenté.

- **L'entretien semi directif**

L'entretien semi directif se rapproche de l'entretien non directif précédemment cité mais avec un degré de liberté plus réduit, c'est-à-dire que la personne interviewée aura à répondre le plus directement possible à des questions précises mais reste tout de même assez larges. Ce genre d'entretien est, comme son nom l'indique à mi-chemin entre le non directif et le directif. Dans ce type, le chercheur pose peu de question il laisse le choix à la personne interviewée tout en demandant des explications, des arguments et des exemples.

- **L'entretien directif**

Dans ce type d'entretien le degré de liberté est le plus réduit, c'est presque un questionnaire que l'on fait passer oralement, toutes les questions sont prévues. Le but visé avec ce type d'entretien est la vérification des points précis ou le recueil d'éléments d'information de détail. Dans ce cas, le chercheur dirige la communication et pose des questions liées au sujet de recherche ce qui permettra d'approfondir la recherche.

5.2. Objectifs de l'entretien

Nous avons choisis l'entretien en vue d'atteindre les objectifs suivants :

- Comprendre la vision des entrepreneurs vers l'accompagnement de l'ANADE et la maison de l'entrepreneuriat ;
- Apporter des réponses concrètes à la question de recherche qui nous intéresse ;
- Vérifier les hypothèses de la recherche établie ;
- Conclure une synthèse sur la question de recherche.

5.3. La réalisation de l'entretien

Notre enquête s'est déroulée pendant 18 jours (du 12 Mai 2021 au 01 juin) ; pour des raisons de la pandémie du Covid-19, nous n'avons pu faire des entretiens seulement avec un entrepreneur, et les présidents des maisons de l'entrepreneuriat. Pour mener à bien cette étude nous avons divisé notre entretien semi-directif en deux parties afin de gagner du temps également sur le traitement des informations :

- **La première partie :** concerne les interviews avec les jeunes entrepreneurs qui sont passés par la maison de l'entrepreneuriat de l'EHEC et orienter vers l'ANADE.
- **La deuxième partie :** concerne les interviews avec les présidents des maisons de l'entrepreneuriat du pôle universitaire de Kolea.

5.4. La constitution de l'échantillon

Pour répondre à la question de la recherche nous avons sélectionné deux entrepreneurs et quatre présidents des maisons d'entrepreneuriat, À cet égard, nous avons établi deux guides d'entretien, le premier constitué de 15 questions ouvertes et le deuxième de 14 questions. Les guide d'entretien ont été conçu et envoyé avant l'entrevue pour permettre à notre interviewés de se préparer, la rencontre avec notre interviewés ne s'est faite que lorsque la préparation a été achevée.

5 .5.L'enregistrement

La prise de note a été le moyen utilisé pour collecter des données. Ces interviews ont duré 50 minutes en moyenne.

5.6. Les difficultés de l'entretien

Comme dans toute recherche, nous avons rencontré, au cours de la présente étude, un certain nombre de contraintes :

- ✓ Vue la situation actuelle vécu dans le monde entier, le déroulement des entretiens été complexe pour moi ;
- ✓ Faible degré de disponibilité des interviewés et parfois au caractère assez sommaire de ses réponses aux questions posées.

Les matériels nécessaires pour la collecte des données : Le guide d'entretien c'est l'ensemble des questions préparées pour l'entrevues, afin d'obtenir les réponses et un résultat fiable a notre recherche.

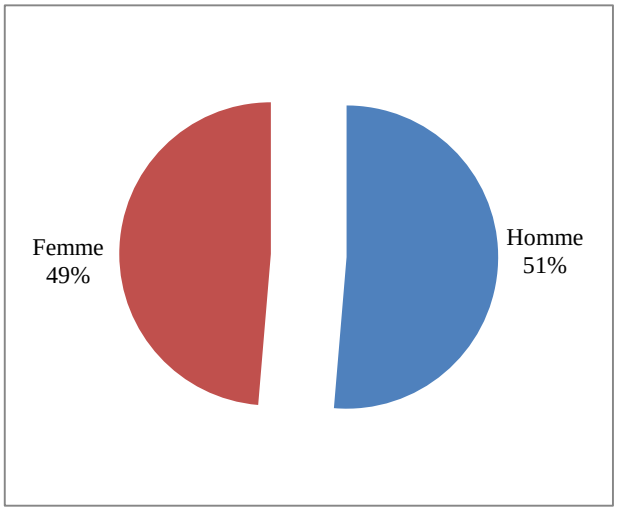
On a préparé un guide d'entretien a pour objectif de générer diverses informations sur les f entrepreneures bénéficiaires de le partenariat entre l'ANADE et la maison de l'entrepreneuriat, il se structure en trois volets : le profil socioprofessionnels des entrepreneures, les motivations et obstacles rencontrées par ces jeunes, Evaluation du dispositif ANADE.

Aussi on a préparé un deuxième guide d'entretien a pour objectif de collecter des informations sur les maisons d'entrepreneuriat du pôle universitaire de Kolea, il se structure en deux volets : présentation des activités présentés par la maison de l'entrepreneuriat, et les moyens nécessaires et les obstacles rencontrés par la maison de l'entrepreneuriat pour la réalisation de ses objectifs.

6. La présentation et l'analyse des résultats de questionnaire

1. Le sexe

Figure 5.3 : Répartition des étudiants selon le sexe



Source : Elaboré par l'étudiant à l'aide de l'Excel

Nous avons souhaité, pour garantir un certain équilibre dans la représentativité de notre échantillon, interroger un certain nombre de femmes et d'hommes. Par conséquent, 77 hommes (51.3%) et 73 femmes (48.7%) ont répondu favorablement à notre questionnaire.

2. L'Age

Tableau 4.3 : Répartition des étudiants selon l'Age

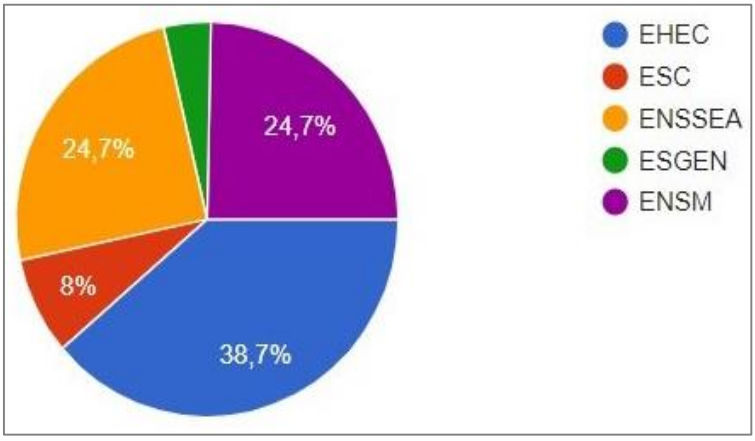
Age	Effectifs	Pourcentages
19	6	4%
20	11	7,33%
21	20	13,33%
22	23	15,33%
23	39	26%
24	45	30%
25	6	4%

Source : Elaboré par l'étudiant à l'aide de l'Excel

Les étudiants de notre échantillon ont en majorité entre 21 et 24 ans (85%) soient 127 étudiants sur un total de 150 ; seuls 11.3% de l'ensemble des étudiants se trouvent sous la barre des 21 ans.

3. Ecole

Figure 6.3 : Répartition des étudiants selon les écoles



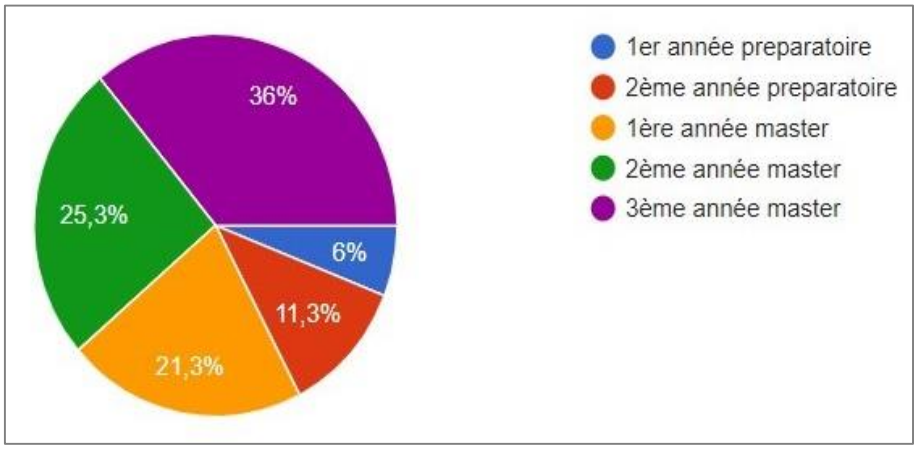
Source : Elaboré par l'étudiant à l'aide de l'Excel

Nous avons souhaité, pour garantir un certain équilibre dans la représentativité de notre échantillon, interroger des étudiants de différentes écoles du pôle universitaire. Les résultats

montrent l'intérêt des étudiants des écoles envers le concept d'entrepreneuriat et nous garantissent une meilleure analyse du phénomène.

4. Niveau

Figure 7.3 : Répartition d'échantillon selon le niveau

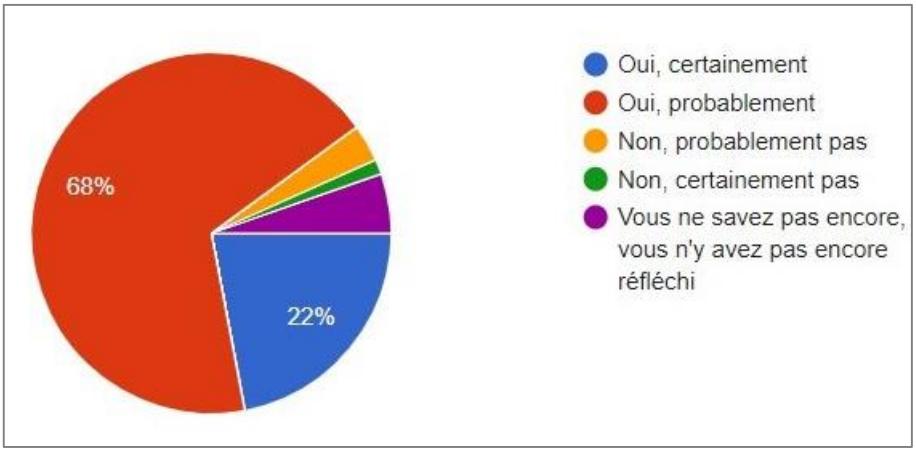


Source : Elaboré par l'étudiant à l'aide de l'Excel

La figure ci-dessus montre que les étudiants de la 3ème année master représentent 54%, un chiffre important qui est justifié. Les étudiants en 3ème cycle vont terminer leur cursus universitaire et rejoindre la vie professionnelle, pour un bon nombre d'entre eux la création d'entreprise est le chemin envisageable.

5. A l'issue de vos études, envisagez-vous un jour de créer une entreprise ?

Figure 8.3 : L'intensité de création d'entreprise chez les étudiants

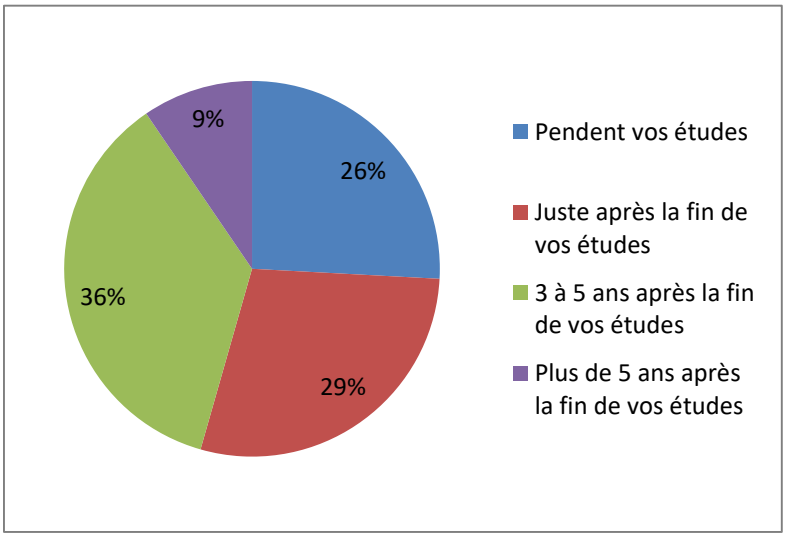


Source : élaboré par nous-même

La figure 8.3 montre l'intérêt des étudiants envers la création d'entreprise. 80% des questionnés pensent à créer leur PME. Ce résultat est logique du fait que la formation en entrepreneuriat prépare les étudiants interrogés à la création d'entreprise.

6. A quelle échéance envisagez-vous de créer votre entreprise ?

Figure 9.3 : L'échéance de création d'entreprise

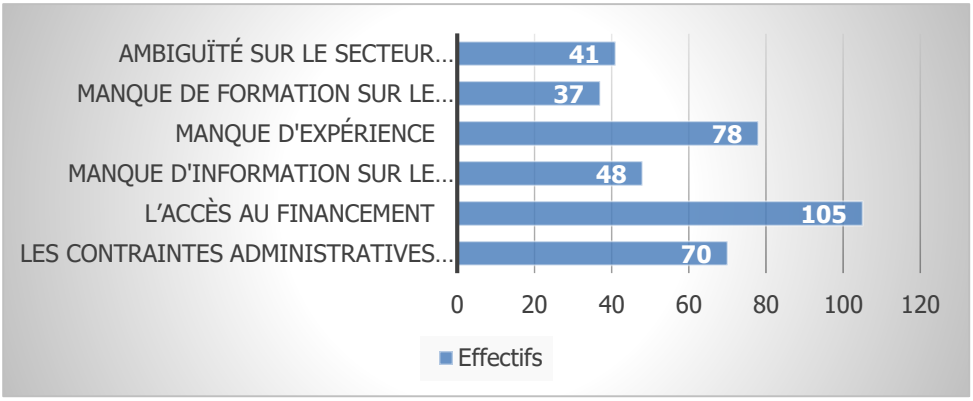


Source : Elaboré par l'étudiant à l'aide de l'Excel

Selon les résultats de cette figure, 45.2% des étudiants interrogés estiment que la période la plus propice à la création d'entreprise est après avoir eu une expérience professionnelle d'au moins trois ans en tant que salarié dans une entreprise. Même si certains l'envisagent juste après l'obtention de leur diplôme (28.4%). Cette différence peut s'expliquer par le fait que les individus ayant une expérience professionnelle d'au moins trois ans auront une meilleure idée de leur projet d'entreprise et se sentiront de ce fait éventuellement plus prêts à se lancer.

7. **Quels sont les principaux obstacles qui vous empêchent de créer votre propre entreprise ?**

Figure 10.3 : Les contraintes de la création d'entreprise

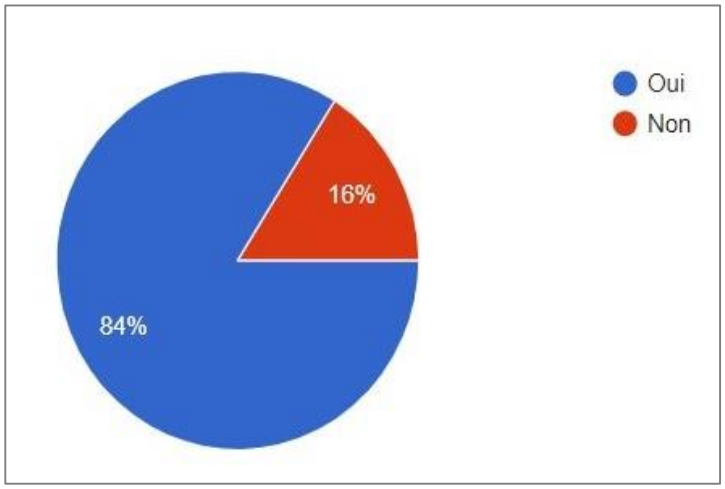


Source : Elaboré par l'étudiant à l'aide de l'Excel

La figure 10.3 montre clairement que la majorité des étudiants interrogés (70%) considèrent l'accès au financement comme un important obstacle à la création d'entreprise. Ceci peut signifier soit que les étudiants ne disposent pas du capital de départ, soit, s'ils le possèdent mais qu'ils ne souhaitent pas l'investir dans un projet qui peut être risqué et donc peu sûr. (52%) des interrogés estiment que le manque d'expérience constitue un obstacle important à la création d'entreprise, Ce résultat peut être expliqué par le jeune âge des participants à l'enquête. En effet, à cet âge les futurs diplômés peuvent avoir l'impression de souffrir d'un manque d'expérience et d'un manque de confiance en leurs capacités et aptitudes entrepreneuriales. N'oublions pas aussi de marquer que « les contraintes administratives » à constituer un problème considérable pour les interrogés.

8. **Avez-vous déjà été informé(e) sur le dispositif d'aide à la création d'entreprise ANADE (Ex Ansej) ?**

Figure 11.3 : Le dispositif ANADE

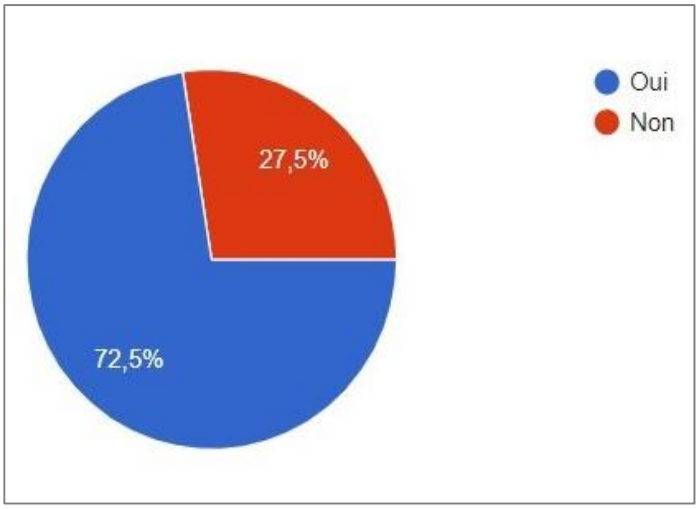


Source : Elaboré par l'étudiant à l'aide de l'Excel

Nous remarquons que 84% des étudiants interrogés sont déjà informé sur la nouvelle version de l'ANSEJ qui s'appelle l'ANADE donc on constate qu'ils ont une vision claire sur les changements et actualités du monde entrepreneuriale en Algérie.

9. **Avez-vous déjà été informé(e) sur la nouvelle forme de financement destinée aux étudiants ?**

Figure 12.3 : La nouvelle forme de financement

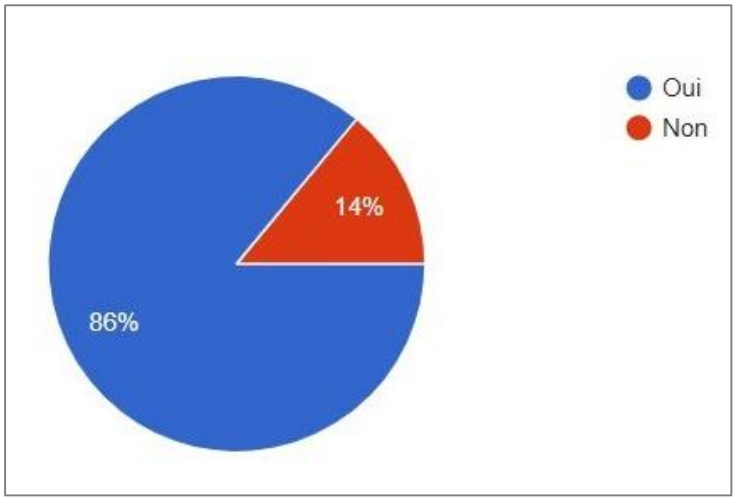


Source : Elaboré par l'étudiant à l'aide de l'Excel

D'après le tableau, 72.5% des interrogés ont déclaré avoir une idée sur la nouvelle forme de financement destinée aux étudiants. Ceci appui notre analyse des anciennes questions et démontre l'intérêt des étudiants envers la création d'entreprise.

10. Connaissez-vous la maison de l'entrepreneuriat ?

Figure 13.3 : La maison de l'entrepreneuriat

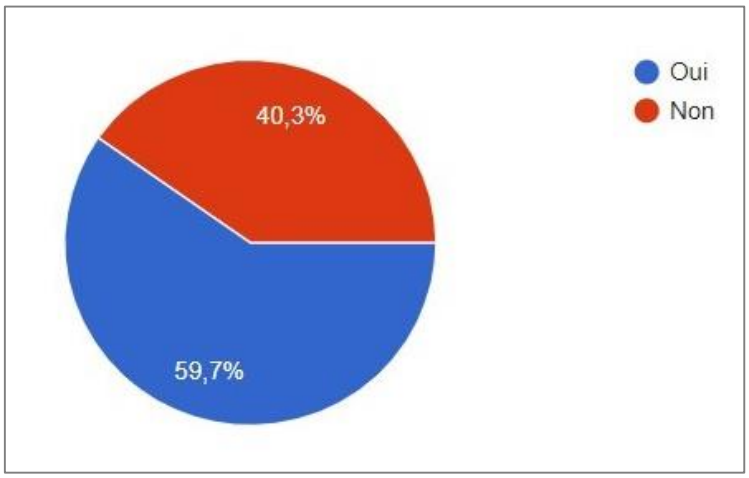


Source : Elaboré par l'étudiant à l'aide de l'Excel

Nous remarquons que 86% des interrogés connaissent la maison de l'entrepreneuriat donc ces dernières sont active dans les établissements universitaire et les étudiants sont intéressés par leurs services.

11. Avez-vous déjà participé aux formations et événements sur l'entrepreneuriat et la création d'entreprise organisés par la maison de l'entrepreneuriat ?

Figure 14.3 : La participation des étudiants

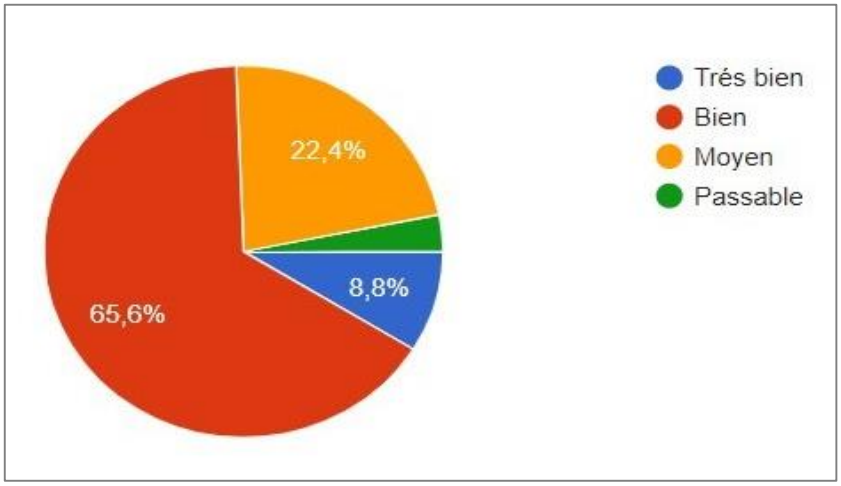


Source : Elaboré par l'étudiant à l'aide de l'Excel

D'après les résultats 59.7% de l'échantillon ont participé aux formations et événements organisés par la maison de l'entrepreneuriat. Donc la majorité des étudiants forment et développent leurs compétences entrepreneuriales afin de réaliser leurs idées. Les 40.3% des interrogés n'ont pas participé aux évènements pour beaucoup des raison comme l'emploi du temps chargé.

12. Si oui, accordez une mention à la qualité des activités que la maison de l'entrepreneuriat a organisée :

Figure 15.3 : La qualité des activités de la maison de l'entrepreneuriat

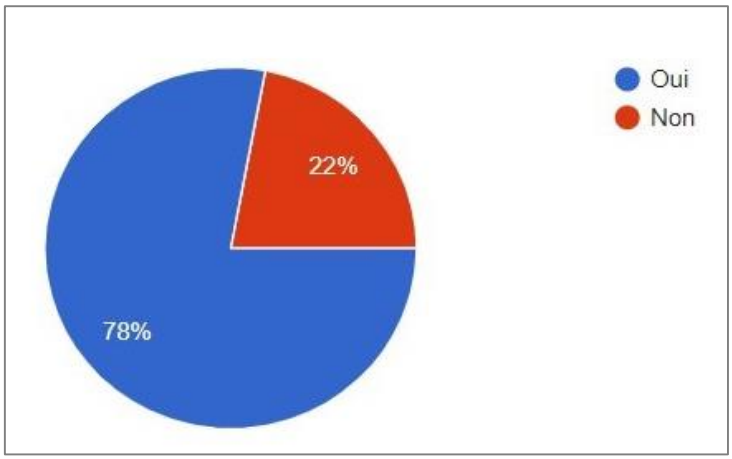


Source : Elaboré par l'étudiant à l'aide de l'Excel

A travers les résultats de la figure ci-dessus, nous remarquons que la majorité des étudiants qui constituent notre échantillon apprécient les activités organisées par la maison de l'entrepreneuriat. Cette majorité représente un cumul entre la mention très bien et bien.

13. Savez- vous qu'il existe une convention entre l'ANADE (Ex-Ansej) et la maison de l'entrepreneuriat ?

Figure 16.3 : La convention ANADE-MDE

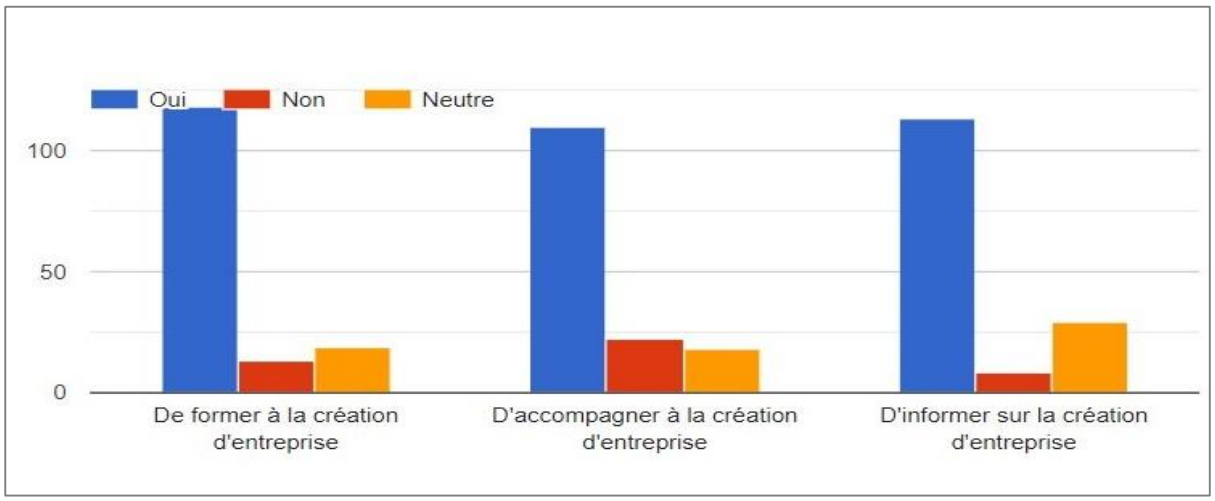


Source : Elaboré par l'étudiant à l'aide de l'Excel

A travers les résultats de la figure ci-dessus, nous remarquons que 78% des étudiants savent qu'il existe une convention entre l'ANADE et la maison de l'entrepreneuriat. Ce qui démontre que les responsables de ces structures ont tracé des programmes de vulgarisation et de sensibilisation quant aux structures mais aussi aux avantages qu'elles offrent.

14. Pensez-vous que l'utilité de ce partenariat est :

Figure 17.3 : L'utilité du partenariat entre ANADE et maison de l'entrepreneuriat

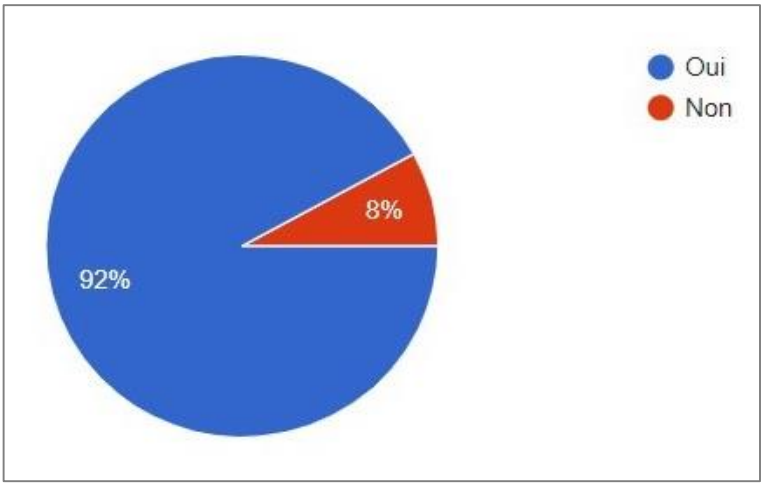


Source : Elaboré par l'étudiant à l'aide de l'Excel

D'après les résultats de la figure ci-dessus, nous constatons que la majorité des étudiants interrogés trouve que ce partenariat joue un rôle primordial dans la formation et l'accompagnement à la création d'entreprise, aussi notre échantillon pense que ce partenariat doit beaucoup informer sur cette pratique.

15. Pensez-vous que ce partenariat vous aidera à créer votre entreprise ?

Figure 18.3 : Le partenariat et la création de l'entreprise

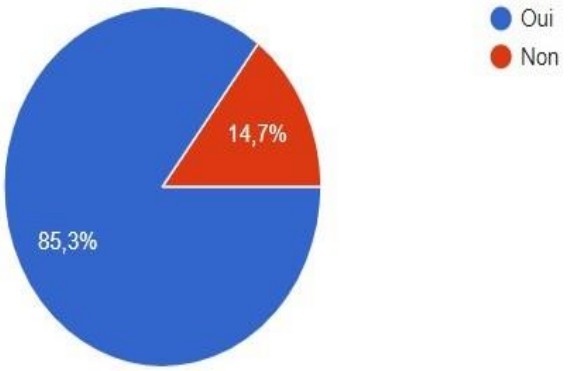


Source : Elaboré par l'étudiant à l'aide de l'Excel

Nous remarquons que 92% de l'échantillon pense que ce partenariat aide à la création des entreprises. Tant que la maison de l'entrepreneuriat est une source de découverte des porteurs d'idées et les former, accompagner et les orienter vers l'ANADE afin de transformer leurs idées en projets.

16. Pour la création de votre entreprise, passerez-vous par la maison de l'entrepreneuriat ?

Figure 19.3 : Le Passage par la MDE



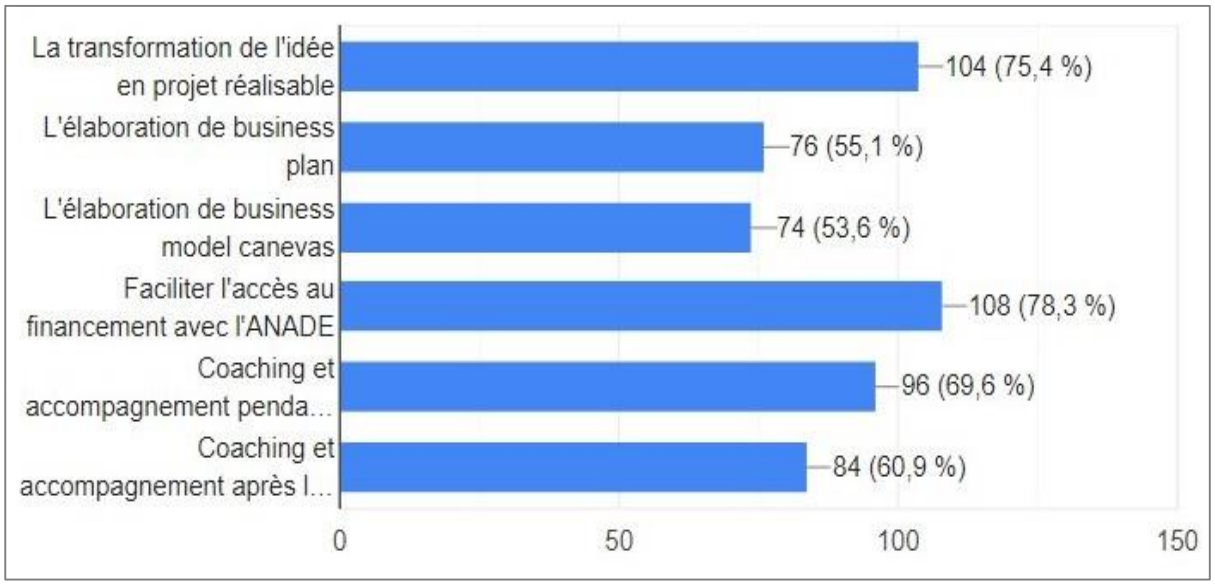
Source : Elaboré par l'étudiant à l'aide De l'Excel

A travers les résultats de cette question, nous remarquons que plus de 85% des étudiants qui veulent créer leurs propres entreprises ont besoin de l'accompagnement de la MDE et pensent

passer par cette structure. Ce résultat reflète la confiance des étudiants envers ce dispositif et les grandes attentes envers ses services.

17. Si oui, Quelles sont vos attentes de ce dispositif ?

Figure 20.3 : Les attentes des étudiants du dispositif



Source : Elaboré par l'étudiant à l'aide de l'Excel

D'après les résultats de la figure ci-dessus, nous remarquons que la majorité des interrogés ont des attentes élevées de ce dispositif surtout de faciliter l'accès au financement avec l'ANADE (78.3%) et la transformation de l'idée en projet réalisable (75.4%). Donc nous constatons que les porteurs de projet choisissent l'ANADE pour bénéficier de ses avantages de financement principalement. (Confirme le résultat de la 7ème question).

18. Que proposez-vous pour améliorer la qualité de service de la maison de l'entrepreneuriat ?

On note quelques réponses :

- Plus d'information cette maison est toujours fermée elle doit ouvrirai chaque jour de 8h à 16h pour que tt le monde puisse venir et s'informer c'est mon cas je suis en 4 management mais à chaque fois que j'y vais pour savoir que ce qu'il y'a je la trouve fermé, c'est vraiment dommage ;
- Plus de séances et plus de pub (J'ai connu grâce à ma prof sinon j'aurais jamais su que ça existait) avec des chefs d'entreprise pour animer (s'ils ont fait faillite et ont recommencé de zéro pour réussir c'est encore mieux) bref des profils avec des succès story inspirante et le samedi pour la disponibilité des animateurs, coaches ;

- La maison de l'entrepreneuriat ne peut pas faire son travail individuellement il faut de mettre en place des incubateurs et des d'autres dispositifs pour la création de l'esprit entrepreneurial ;
- Je pense que la qualité des services est très bonne sauf qu'il faut bien faire plus de séminaire sur les services et les différentes activités de cette maison.

➢ **Constat général**

D'après notre étude sur terrain, nous constatons que les étudiants portent un fort intérêt envers la création d'entreprise et attendent l'opportunité pour se lancer dans le monde entrepreneurial. Cet engouement doit être pris en considération par les responsables des maisons de l'entrepreneuriat et de l'ANADE pour encourager cette catégorie à franchir le cap et prendre ce risque d'investissement. Ces deux dispositifs doivent jouer un rôle primordial dans l'encadrement des jeunes étudiants porteurs de projet dans ce parcours mais aussi doivent jouer le rôle d'incitateurs auprès des autres étudiants qui sont pour le moment septique et ne connaissent pas les avantages que peuvent leur offrir la MDE et l'ANADE. Ce rôle sera assuré à travers des programmes annuels bien travaillés et des journées de sensibilisation et de vulgarisation sur l'entrepreneuriat.

7. La présentation et l'analyse des résultats de l'entretien

7.1. L'entretien avec l'entrepreneure

Nous allons présenter l'ensemble des donnés récolter appartenant à l'entrepreneur interrogé dans notre enquête. L'entretien a été effectué le 3 juin 2021.

7.1.1. Les caractéristiques personnelles de la promotrice

Tableau 5.3 : Les données d'enquêté de l'entrepreneure (Tipaza)

Nom et prénom	Moualed Sabrina
Age	25 ans
Situation familial	Mariée
Nombre d'enfant	0
Niveau d'instruction	Universitaire
Diplôme	Master en science commercial Option « Affaire international »

Source : Elaboré par l'étudiant.

Le tableau nous montre que le faite d'être marié n'est pas un frein pour l'entrepreneuriat bien au contraire ça facilite la conjonction entre le travail et la responsabilité familiale. Ce qui a été confirmé par la femme enquêtée : « la réalisation de mon propre projet n'a jamais eu un impact négatif sur la responsabilité envers mon mari au contraire c'est lui qui me supporte et ma donne le courage ». Le tableau montre que la femme interrogée possède un niveau d'instruction universitaire, c'est ce qui facilite le chemin entrepreneurial.

7.1.2. Les caractéristiques d'entreprise créées par la femme entrepreneure promotrice de l'ANSEJ de Tipaza

Tableau 6.3 : Présentation de l'entreprise enquêtée.

Nom de l'entreprise	Smolly chocolaterie
Activité de l'entreprise	production et conditionnement de chocolat fourrés et non fourrés
Siège	Kolea, Tipaza
Nombre de salariés	04 titulaires - 02 saisonnières

Source : Elaboré par l'étudiant .

L'entreprise est de type TPE (- 10 salariés).

7.1.3. Les motivations et les obstacles

L'entrepreneure interrogée dans notre enquête est motivée par plusieurs facteurs pour créer sa propre entreprise :

- **L'indépendance financière :** C'est la première raison qui pousse la femme à créer son entreprise, comme l'affirment :

« Mon seul but était de pouvoir réaliser mon propre business et être indépendante financièrement ».

- **L'amour du métier :** Elle a mentionné que l'amour de métier est un facteur de motivation pour se diriger vers l'entrepreneuriat ; « je suis passionnée par la préparation du chocolat depuis mon enfance» dit-elle.
- **Le soutien familial :** Elle a dit qu'elle est bien entourée, comme argumente-elle « Ma famille m'a toujours poussé à réaliser mon rêve et surtout mon mari, il est ma source d'inspiration ».

Notre enquête nous a permis de découvrir et connaitre les difficultés rencontrées par l'entrepreneure lors de la création de son entreprise :

- **Financement et matériels :** L'accès au financement et le manque de matériels restent sans doute un grand obstacle pour l'entrepreneur, elle affirme : « j'ai lancé mon projet avec mon propre fond mais avec le temps j'ai été convaincu qu'il est impossible de continuer sans financement extérieurs ».
- **L'expérience :** Le manque d'information et d'expérience sont des grands obstacles pour un débutant, « au début de mon parcours je me sentais totalement perdu, je ne savais pas ce que je dois faire », dit-elle.

7.1.4. L'accompagnement de l'ANAD et la Maison de l'entrepreneuriat

D'après notre enquête, on remarque que :

La Maison de l'entrepreneuriat permet aux étudiants d'entrer dans le monde des affaires en offrant des séances de formation, des consultations commerciales et un environnement intégré qui les aide à réaliser et à soutenir leurs projets , elle affirme : « c'est vraiment grâce aux événements organisés et les journées de sensibilisations que j'ai découvert cette passion entrepreneurial ». On remarque que l'entrepreneure a accordé une mention de "très bien", cela explique qu'elle est globalement satisfaite de ce dispositif.

7.1.5. Les avantages et inconvénients du dispositif (ANADE)

Malgré que la questionnée soit satisfaite des services fournis par l'ANADE, cette dernière comme elle dispose des points d'efficacité elle a ainsi des points de blocage. Dans notre étude nous avons interrogé l'entrepreneure par rapport aux avantages et inconvénients découlant de L'ANADE lors de la création de son projet.

- **Les avantages**

Les avantages qu'offres le dispositif de l'ANADE d'après l'entrepreneure interrogée sont :

- Les avantages financiers et fiscaux ;
- Le pouvoir de créer sa propre entreprise, « L'ANADE offre une opportunité en or pour les étudiants ayant l'esprit entrepreneurial, pour se lancer dans ce domaine malgré le manque d'expérience et de moyen » dit-elle ;
- Les PNR loyer octroyé avant le virement bancaire ;
- La communication, l'information et la relation familiarisée entre les acteurs qui travaille à l'antenne ;
- Faciliter des tâches administratives.

- **Les inconvénients**

Souvent le promoteur se présente en ayant de mauvaises informations sur le dispositif.

- La majorité des promoteurs ont un faible esprit d'entreprises ;
- Le taux des promoteurs universitaires reste relativement faible ;
- Le manque des fournisseurs ;
- Le manque des équipements chez les fournisseurs ;
- La difficulté à trouver un local pour commencer.

7.2. Présentation des entretiens avec les directeurs des maisons de l'entrepreneuriat

Dans le but de comprendre en profondeur le rôle que joue la maison de l'entrepreneuriat au milieu universitaire, nous avons effectué des entretiens avec différents responsables des MDE du pôle universitaire de Kolea ainsi nous nous sommes entrevus avec MDE EHEC, MDE ENSM, MDE ENSSEA et les MDE des universités de Biskra et Ouargla. Nous avons essayé de retracer les principaux résultats et de faire une comparaison entre les réponses des différentes structures. La finalité étant de faire ressortir les points en commun et les difficultés rencontrées par les maisons d'entrepreneuriat dans la réalisation de leurs tâches. Cette synthèse et comparaison sont présentées sous forme de tableaux en annexe de ce document de recherche.

A travers la comparaison effectuée entre les maisons de l'entrepreneuriat du pôle universitaire de Kolea (EHEC, ENSSEA, ENSM) et des Universités de Biskra et Ouargla ; On note que :

- Lorsque la maison de l'entrepreneuriat réalise au maximum les tâches de sensibilisation, d'accompagnement et de formation, avec une réalisation différente des activités, Cela aura

un impact positif sur le nombre d'étudiants sensibilisés, formés, accompagnés et guidés, et ainsi la possibilité d'augmenter les chances d'acquérir de nouvelles compétences et qualités ;

- Le bon accompagnement de la maison de l'entrepreneuriat permet aux étudiants de pouvoir mettre en place efficacement leurs propres entreprises ;
- Les formations permettent aux étudiants d'avoir une idée de projet, établir son entreprise, préparer un business plan ou gérer son entreprise selon la nature de la formation parce que le renforcement du niveau d'éducation et de formation de l'étudiant conduit à l'activation de son esprit d'entreprendre ;
- La disponibilité de ressources humaines, matérielles et structurelles permet à la maison de l'entrepreneuriat de toucher le plus grand nombre d'étudiants et de les accompagner dans leur démarche entrepreneuriale ;
- Surmonter les différentes difficultés rencontrées par la maison de l'entrepreneuriat lui permettra d'accomplir ses tâches et d'atteindre ses objectifs.

Conclusion

A travers ce chapitre nous avons essayé de donner une présentation détaillée du dispositif, ainsi que les services d'accompagnement offert. Nous avons essayé de faire une présentation détaillée de la maison de l'entrepreneuriat, ses missions et ses activités ainsi le programme de formation CREE/GERME. A travers ce chapitre nous avons pu présenter la méthodologie utilisée dans le cadre de cette étude. Nous avons également présenté les résultats de l'étude quantitative et l'étude qualitative. Nous avons pu tirer les résultats suivants :

- La majorité des étudiants ayant bénéficié d'une formation en entrepreneuriat ont l'intention de créer une entreprise à l'issue de leurs études ;
- Le financement par l'ANADE figure en première place à cause de son partenariat avec la maison de l'entrepreneuriat ;
- Cette étude nous a également permis de connaitre quels sont les principaux obstacles potentiels perçu par les étudiants à la création d'entreprise ;
- Cette étude nous a également permis de connaitre quels sont les principaux obstacles Confrontés par la maison de l'entrepreneuriat ;
- La convention ANADE-maison de l'entrepreneuriat a un impact positif au niveau de l'université.

CONCLUSION GÉNÉRALE

CONCLUSION GENERALE

*C*omme nous avons pu le constaté, l'entrepreneuriat occupe une place importante dans le développement économique, car elle représente une solution fiable pour le développement des pays, ainsi qu'elle représente une source de revenus pour l'Etat, en matière des taxes et impôts sur les activités professionnelles, aussi elle devient une nécessité car le fort progrès des connaissances scientifiques et techniques a contribué à produire de nouvelles innovations, et cela ne peut être concrétisé qu'à partir d'entrepreneuriat.

On a aussi montré que dans la réalité économique actuelle, les petites et moyennes entreprises, constituent l'élément primordial pour la diversification économique, tout comme elles peuvent constituer la principale source de richesse, d'emploi et un moteur de progrès économique, les dispositifs d'aide et d'accompagnement aux entrepreneurs restent utiles car après tout c'est un élément primordial pour les entrepreneurs.

Le travail que nous avons fait avait pour objectif de démontrer et réunir les premiers éléments de réponse à la question fondamentale suivante: **Comment la convention ANADE-Maison de l'entrepreneuriat peut affecter sur la création d'entreprise au milieu universitaire?**

La présente étude s'est largement inspirée d'une méthodologie descriptive analytique reposant sur le recueil et le traitement des données en utilisant la technique de l'enquête. La réalisation de cette enquête nous a permis d'aboutir aux résultats qui seront cités ci-dessous, ce sont des résultats qui ont fournis beaucoup d'informations sur la convention du dispositif ANADE et la maison de l'entrepreneuriat et leur impact sur l'esprit entrepreneurial et la création d'entreprise au milieu universitaire.

❖ **Test des hypothèses**

- **Résultat de la première hypothèse :**

D'après le résultat obtenu, la maison de l'entrepreneuriat a pour objectif d'évaluer les idées et de former les étudiants qui ont des caractéristiques d'un entrepreneur et d'améliorer leurs compétences et qualités pour les rendre prêts et qualifiés à lancer leurs projets personnels à partir du dispositif ANADE grâce à la convention entre eux.

Alors les résultats suffisent pour confirmer la première hypothèse.

***H1 :** La maison de l'entrepreneuriat assure un accompagnement aux étudiants porteurs d'idées dans ces premiers pas et les orienter vers L'ANADE*.

- **Résultat de la deuxième hypothèse :**

D'après le résultat de l'entretien, On remarque que les maisons de l'entrepreneuriat confrontent beaucoup d'obstacles et ne peuvent pas ainsi réaliser leurs objectifs. La maison de l'entrepreneuriat de Biskra n'a pas de vraies contraintes qui affectent sur l'accomplissement de ses taches donc elle a obtenu et réalisé son objectifs. Au contraire de l'université d'Ouargla et les grandes écoles de commerce.

✓ Alors les résultats suffisent pour confirmer la deuxième hypothèse.

***H2 :** Les problèmes et les difficultés auxquels la Maison de l'entrepreneuriat est confrontée, affectent l'accomplissement de ses tâches et la réalisation de ses objectifs.*

- **Résultat de la troisième hypothèse :**

L'ANADE assure un accompagnement pour les porteurs de projets depuis l'accueil jusqu'au lancement officiel de l'activité, les porteurs de projets de l'ANADE bénéficient des avantages financière et fiscaux pour leur projet et des aides dans la création juridique et de cahier des charges. Nous pouvons conclure que l'ANADE offre aux jeunes porteurs de projets une opportunité de concrétisation de leurs idées avec une panoplie d'avantages.

✓ Alors les résultats suffisent pour infirmer la troisième hypothèse

***H3 :** Les aides offertes par l'ANADE, sont juste des aides financières.*

- **Résultat de la quatrième hypothèse :**

A travers ses activités, la maison de l'entrepreneuriat propose un accompagnement tribal aux étudiants universitaires en les motivant, en les formant ainsi qu'en les accompagnants dans la réalisation de leurs projets. Les étudiants sont financés par l'ANADE et bénéficient des autres avantages, donc ce partenariat contribue ainsi à la création de micro entreprises qui apportent une valeur ajoutée à l'économie en créant des emplois, en fournissant des produits et en réduisant le volume des importations, en éliminant la dépendance économique vis-à-vis des hydrocarbures et d'autres types de contributions au développement économique.

✓ Alors les résultats suffisent pour confirmer la quatrième hypothèse.

***H4 :** la convention ANADE-Maison de l'entrepreneuriat contribue au développement économique.*

CONCLUSION GENERALE

❖ Plusieurs recommandations peuvent être tirées de ce travail :

- Tant que le taux d'échec est élevé pour les nouveaux micros entreprises, il faut mettre en place des incubateurs au sein de chaque établissement universitaire pour continuer l'opération d'accompagnement et assurer la pérennité de l'entreprise ;
- Créer des départements de l'enseignement de l'entrepreneuriat dans tous les universités du pays et amélioration des formations universitaires afin qu'elles aient un impact fort sur l'intention entrepreneuriale des étudiants ;
- Développer la recherche sur l'entrepreneuriat (laboratoires à l'université, création de revues scientifiques et de réseaux de recherche) ;
- Promouvoir le thème entrepreneurial dans la presse ;
- Donner plus de pouvoir pour les directeurs des maisons de l'entrepreneuriat dans la prise de décision et l'organisation des événements au sein de l'université ;
- Organiser des regroupements nationaux et régionaux, pour le staff des maisons de l'entrepreneuriat afin d'encourager l'échange d'expériences et l'interaction fructueuse entre elle ;
- Mettre en place une plateforme d'échange et de dialogue entre les formateurs, les maitres-formateurs ;
- Mise en place d'un Master professionnel à distance sur l'entrepreneuriat à travers le partenariat Université –ANADE ;
- Construire une base de données comme un système d'information stratégique ;
- Prêter attention à la ressource humaine et la considérer comme un capital stratégique ;
- Renforcement du cadre organisationnel de la Maison de l'Entrepreneuriat ;
- Allouer des crédits financiers annuels pour encourager les innovateurs et les inventeurs, en particulier les jeunes diplômés avec leurs innovations et le financement de leurs inventions ;
- Elargir et diversifier les sources de financement en mettant en place de nouvelles formules adaptées au contexte économique actuel ;
- Augmenter la communication à travers les évènements et les séminaires.

❖ L'obtention de ce résultat n'était pas facile, car nous avons rencontré quelques contraintes qui nous ont limités. Parmi ces contraintes, nous citons les principales :

- La crise sanitaire mondiale ;
- La contrainte du nombre de pages, qui nous a poussé à étudier les plus importantes ; variables de notre recherche ;

- La contrainte du nombre de pages, qui nous a poussé à étudier les plus importantes variables de notre recherche ;
- La difficulté de l'administration du questionnaire et d'entretien, car les entrepreneurs et les directeurs des maisons de l'entrepreneuriat n'étaient pas toujours disponibles, ou inaccessibles pendant de longues périodes de temps.

Enfin, nous espérons avoir participé à la réflexion sur la question relative à l'entrepreneuriat en général et la convention ANADE-maison de l'entrepreneuriat en particulier, nous souhaitons que les limites de notre travail soient comblées par une suite, à travers des études ultérieures, susceptibles d'enrichir la nôtre. Ainsi, afin d'obtenir une meilleure appréciation de la situation de l'entrepreneuriat et les systèmes d'appui, nous souhaitons que les perspectives de notre recherche s'orientent vers des études portant tous le territoire algérien.

BIBLIOGRAPHIE

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages

- ANNABELLE (J), FREDIRIC (L) : L'innovation managérial, édition DUNON, Paris, 2013.
- BLINDER (J.K), and BELZ (F.M), «Sustainable entrepreneurship: what is it? », KYRO (P): Handbook of Entrepreneurship and Sustainable Development Research, Edward Elgar publishing, Cheltenham, UK –Northampton, Massachusetts, USA, 2015.
- CHABANI, OUACHERINE : Guide de méthodologie de la recherche en science sociales, édition1, TALEB Impression, 2013.
- FAYOLE (Allain), compréhension de l'engagement d'un individu dans le processus de création d'entreprise, 2iémé édition, édition Ey million, Paris, 2014.
- FAYOLLE (A), FILION (L) : DEVENIR ENTREPRENEUR, édition : Pearson, 2006.
- FAYOLLE (A), JEAN-MICHEL (D) : Dynamique entrepreneurial, 1ére édition, édition de Boeck, Bruxelles.
- FAYOLLE (Allain) : Apprendre à entreprendre, 2iémé édition, édition Dunod, Paris, 2012.
- GIANNELLONI (J) et VERNETTE (É) : Etudes de marché, édition Vuibert, Paris, 2015.
- GIBB, (A.A): « Entrepreneurship and small business management»: can we afford to neglect them in the twenty-first century business schools? », in British Journal of Management, Vol.7, 1996.
- Henry (M), Le management voyage au centre des organisations, Les Editions d'organisation1990.
- JANSSEN (Frank) : Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat, deuxième édition, édition de Boeck, Pays-Bas, 2016.
- JEAN-PIERRE (D) : STRATEGOR : Politiques générales de l'entreprise, 4e Edition, édition : Dunod, Paris, 2005.
- JOSIEN, (S) et LANDRIEUX-KARTOCHIAN, (S) : L'essentiel de l'économie d'entreprise, Edition GUALINO, Paris, 2008.
- KOTLER (P) KELLER (K) et MANCEAU (D), Marketing management, édition 15, Pearson France, 2015.
- LEGER-JARNIOU (C), « Un état des lieux de l'entrepreneuriat », LEGER- JARNIOU (C) : Le grand livre de l'entrepreneuriat, éditions DUNOD, Paris, 2013.
- MICHAEL (G), Andrew (C), MARCUS (A): Corporate-Level Strategy. Creating Value in the Multibusiness Company, edition Wiley, 2008.

BIBLIOGRAPHIE

- Mintzberg (H), BRUCE (A), JOSEOH (B) : Safari en pays stratégie. L'exploration des grands courants de la pensée stratégique, 2e édition, édition : Pearson, 2009.
- Philippe (K), Stratégie et Formation, édition Dunod, paris, 2011.
- PHILIPPE (Silberzahn) : EFFECTUATION les principes de l'entrepreneuriat pour tous, édition Pearson, France, 2014.
- STEVENSON (H.H), and JARILLO (J.C): «A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management», in Strategic Management, 1990.
- TERRY (G) et FRANKIN (S) : Principes de management, Edition : Economica, Paris, 1985.
- THIERRY (Verstraet) : Essai sur la singularité de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche, édition : L'ADREG, 2009.
- WTTERWULGHE, (R) : la PME une entreprise humain, Edition DE BOECK, Paris, 1998.

Revues

- Boutaleb (K) : La Problématique de la création des P.M.E. face aux contraintes socio-économiques de l'environnement en Algérie, in revue algérien de développement économique, N ° 02, juin, 2015.
- GIBB, (A.A): « Entrepreneurship and small business management: can we afford to neglect them in the twenty-first century business schools? », in British revu of Management, Vol.7, 1996.

Travaux universitaires

- BOUKROU, (A) : Essai d'analyse des stratégies de pérennité dans les PME, Etude de cas : PME dans la wilaya de Tizi-Ouzou, Mémoire de magistère en science économique (option : management des entreprise), Université Mouloud Mammeri, Tizi-Ouzou, 2011.
- DJEMAI, (S) : Les PME exportatrices : croissance économique hors hydrocarbure, colloque, Université Sétif 01, mars 2013.
- EL GHAZI (H) : Types de manager et pratiques entrepreneuriales en Algérie: secteur public, Thèse de magistère en sciences économiques, spécialité finance, université Aboubaker Balaid Tlemcen, 2011.
- FONROUGE (C) : Entrepreneur / manager : deux acteurs d'une même pièce,
- Université d'Evry Centre Pierre Naville.
- GHARBI, (S): La PME/PMI en Algérie : état des lieux, cahier du LAB.RII, document de travail N °232, Université du Littoral Côte d'Opale, mars 2011.

- ISELIN, (Fréderic) : Proposition de valeur et création d'entreprise innovantes technologique : Vers un modèle intégrateur et un processus, mémoire de master de recherche, Conservatoire National des Arts et Métiers, 2006.
- SELHAMI (S), MAHIDA (h) : A la découverte de la PME en Algérie, université D'el oued, le05/05/2013.
- ZAMMAR (Rachid) : Initiation à l'entrepreneuriat, Université Mohammed V- Agdal Faculté des Sciences, centre d'études doctorales en sciences et technologie, Rabat.

Rapports annuels

- Guide d'investir en Algérie, KPMG, Edition 2015, Alger.
- OCDE : panorama de l'entrepreneuriat, édition OCDE, canada, 2011.
- Office national des statistiques ONS, ACTIVITE, EMPLOI & CHÔMAGE EN SEPTEMBRE 2016.
- Rapport de la division régionale de l'agriculture de la wilaya de Blida 2016.

Textes réglementaires

- Article 11 relative à la loi n° 17-02 du 11 Rabie Ethani 1438 correspondant au 10 janvier 2017 portant loi d'orientation sur le développement de la petite et moyenne entreprise (PME). Journal officiel de la république Algérienne.
- Article 2 de l'annexe à la recommandation 2003/361/CE du 06 mai 2003 concernant la définition des micros, petites et moyennes entreprises, Journal officiel de l'Union Européenne.
- Article 8 relative à la loi n° 17-02 du 11 Rabie Ethani 1438 correspondant au 10 janvier 2017 portant loi d'orientation sur le développement de la petite et moyenne entreprise (PME). Journal officiel de la république Algérienne.
- Journal officiel de l'Union Européenne n° L 107 du30/04/1996.
- Journal officiel de l'Union Européenne n° L 124 du20/05/2003.
- Le décret législatif N° 93- 12 du 5 octobre 1993, relatif à la promotion de l'investissement.
- Le journal officiel de la république Algérienne, N° 47,20/08/2001.
- Le journal officiel de la république Algérienne, N°77,15/12/2005.
- Le décret exécutif n° 03-290 du 6 septembre 2003, modifié et complété, fixant les conditions et le niveau d'aide apportée aux jeunes promoteurs
- Le décret exécutif n° 98-200 du 9 juin 1998, modifié et complété, portant création et fixant les statuts du fonds de caution mutuelle de garantie risques/crédits jeunes promoteurs modifié et complété

-

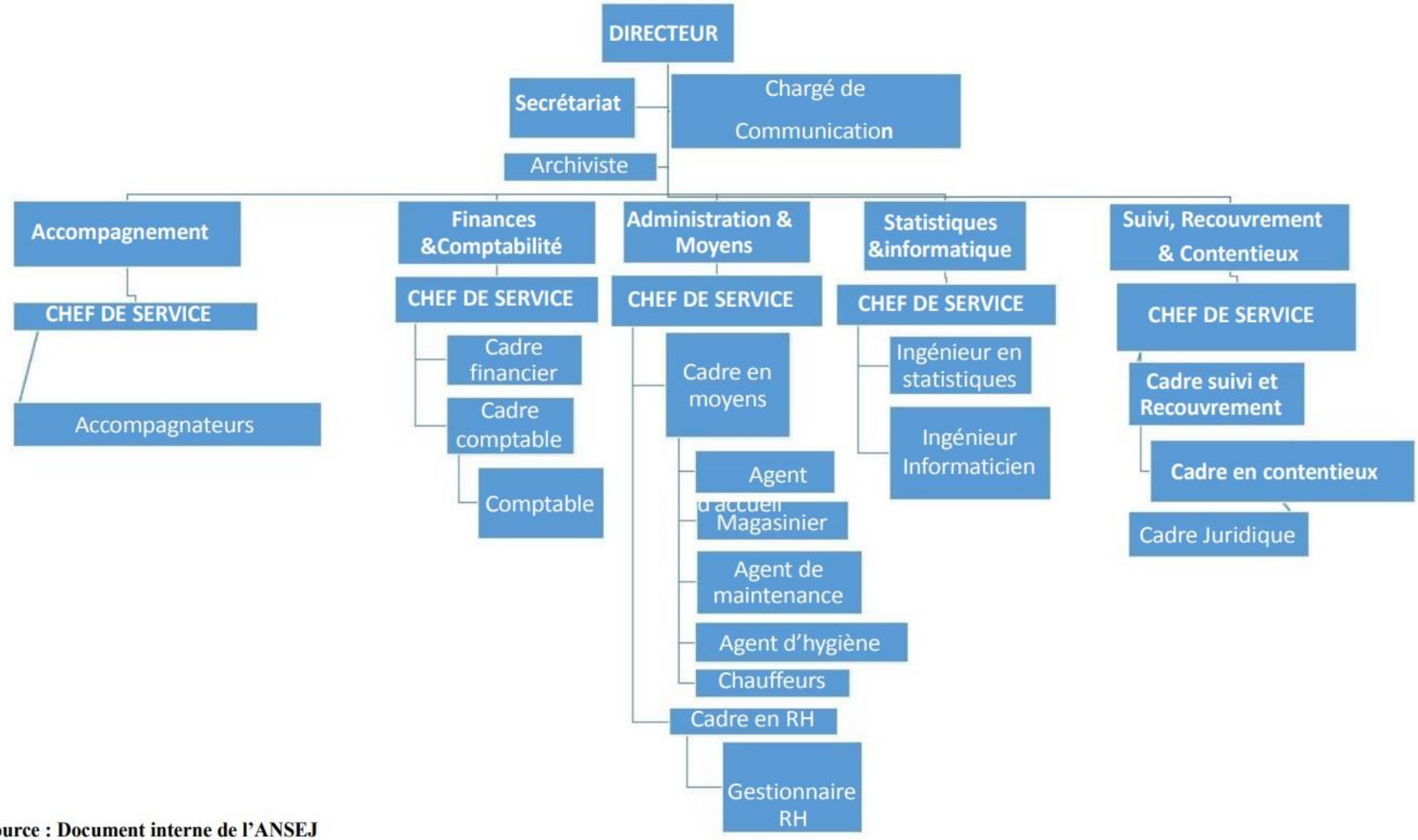
Sites internet consultés

- https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1606.
- https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1606.
- http://www.mdipi.gov.dz/
- http://www.mdipi.gov.dz/L-ANDI
- https://www.cnac.dz
- http://www.ansej.org.dz/
- http://www.mdipi.gov.dz/?ANGEM
- http://www.mdipi.gov.dz/?Les-societes-de-capital
- http://www.cgci.dz/fr/index.php
- http://www.mdipi.gov.dz/?Le-FGAR
- http://www.fgar.dz/
- http://www.mdipi.gov.dz/?Le-fonds-de-garantie-mutuelle
- http://www.mdipi.gov.dz/?Les-Pepinieres-d-entreprise
- http://www.mfdgi.gov.dz/index.php/8-contenu-en-francais/actualites/489-instruction-relative-aux-règles-et-procédures-applicables-en-matière-d-ifu
- http://www.definitions-marketing.com/definition/echantillonnage-etude/

ANNEXES

ANNEXES

Annexe N°01 : Organigramme de l'ANADE



Source : Document interne de l'ANSEJ

Annexe N°02 : Le questionnaire

École des Hautes Études commerciales d'Alger EHEC

Bonjours à tous ! Dans le cadre de mon stage de fin de cycle - Master Management & Entrepreneuriat, je travaille sur mon mémoire portant sur l'entrepreneuriat .J'étudie principalement l'impact de la convention ANADE-Maison de l'entrepreneuriat au milieu universitaire. Je vous demande donc, ici, de répondre à quelques questions. Ce sondage est donc bien évidemment anonyme et aucune de vos données personnelles ne sera utilisée que pour des fins purement scientifiques.

1. **Sexe**
   - Homme
   - Femme

2. **Age**

   _____

3. **Ecole**
   - EHEC
   - ESC
   - ENSSEA
   - ESGEN
   - ENSM

4. **Niveau**
   - 1ère Année Préparatoire
   - 2ème Année Préparatoire
   - 1ère Année Master
   - 2ème Année Master
   - 3ème Année Master

5. **A l'issue de vos études, envisagez-vous un jour de créer une entreprise?**
   - Oui, Certainement
   - Oui, Probablement
   - Non, Probablement

- Non, certainement
- Vous ne savez pas encore, vous n'y avez pas encore réfléchi

6. A quelle échéance envisagez-vous de créer votre entreprise ?

- Pendent vos études
- Juste après la fin de vos études
- 3 à 5 ans après la fin de vos études
- Plus de 5 ans après la fin de vos études

7. Quels sont les principaux obstacles qui vous empêchent de créer votre propre entreprise ?

- Les contraintes administratives de la création
- L'accès au financement
- Manque d'information sur le marché
- Manque d'expérience
- Manque de formation sur le domaine de l'entrepreneuriat
- Ambiguïté sur le secteur d'activité

8. Avez-vous déjà été informé(e) sur le dispositif d'aide à la création d'entreprise ANADE (Ex-Ansej)?

- Oui
- Non

9. Avez-vous déjà été informé(e) sur la nouvelle forme de financement destinée aux étudiants ?

- Oui
- Non

10. Connaissez-vous la maison de l'entrepreneuriat ?

- Oui
- Non

11. Avez-vous déjà participé aux formations et événements sur l'entrepreneuriat et la création d'entreprise organisés par la maison de l'entrepreneuriat ?

- Oui
- Non

12. Si oui, accordez une mention à la qualité des activités que la maison de l'entrepreneuriat a organisée :

- Très bien
- Bien
- Moyen
- Passable

13. Savez- vous qu'il existe une convention entre l'ANADE (Ex-Ansej) et la maison de l'entrepreneuriat ?

- Oui
- Non

14. Pensez-vous que l'utilité de ce partenariat est :

- Oui
- Non
- Neutre
- De former à la création d'entreprise
- D'accompagner à la création d'entreprise
- D'informer sur la création d'entreprise

15. Pensez-vous que ce partenariat vous aidera à créer votre entreprise ?

- Oui
- Non

16. Pour la création de votre entreprise, passerez-vous par la maison de l'entrepreneuriat ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

17. Si oui, Quelles sont vos attentes de ce dispositif ?

- ☐ La transformation de l'idée en projet réalisable
- ☐ L'élaboration de business plan
- ☐ L'élaboration de business model canevas
- ☐ Faciliter l'accès au financement avec l'ANADE
- ☐ Coaching et accompagnement pendant le processus de création
- ☐ Coaching et accompagnement après le processus de création

18. Que proposez-vous pour améliorer la qualité de service de la maison de l'entrepreneuriat ?

……
……
……
……

Annexe N°3 : L'entretien destiné aux entrepreneurs

Monsieur, Madame

Actuellement étudiant en second cycle master à l'école des Hautes Etudes Commerciales HEC Alger (Ex-INC) en science commerciales-Option Management et entrepreneuriat dans le cadre de l'élaboration de projet de fin de cycle qui portera sur :

« L'impact de la convention ANADE-Maison de l'entreprenariat sur la création d'entreprise au milieu universitaire »

Je vous prie de bien vouloir répondre à notre questionnaire afin de mener notre étude je tiens à vous informer que notre recherche une étude scientifique ainsi les réponses seront traitées en toute confidentialité. Je vous remercie de l'attention portée à notre demande, je vous prie d'agréer l'expression de mon plus profond respect.

I. Profil de l'entrepreneur (e)

Nom : ……

Prénom : ……

Age : …….

Niveau d'étude : ……..

Nom de l'entreprise :…….

Activité de l'entreprise : ……

II. Parcours de la création d'entreprise

1. Quelle formation avez-vous suivie avant de vous lancer dans votre vie professionnelle?

……
……

2. Quel a été votre parcours professionnel avant de créer votre entreprise ?

……
……

3. **A quel moment vous avez eu l'intention ou l'envie de créer votre entreprise ?**

……
……

4. **Comment vous est venue l'idée de créer votre propre entreprise ?**

……
……

5. **Qui vous a soutenu à créer votre propre entreprise ?**

……
……...

6. **Quelles sont les difficultés rencontrées dans votre parcours entrepreneurial ?**

……
……

7. **Est-ce que la maison d'entreprenariat qui a orienter vers l'ANSEJ ?**

……
……

8. **Quelles ont été les grandes étapes de la réalisation de votre projet avant le lancement de votre activité?**

……
……

9. **Comment s'est passé le démarrage de votre activité durant les premières semaines ?**

……
……

10. **Qu'en est-il de votre projet aujourd'hui ?**

……
……

11. **Avec votre expérience, que pensez-vous de la création d'entreprise aujourd'hui ?**

……
……

12. **Avec votre expérience, que pensez-vous de la maison d'entreprenariat ?**

……
……

13. **Accordez une mention à la qualité de service et prestation que l'ANSEJ offre (très bien, bien, moyen, passable)**

……
……

14. Quel serait le meilleur conseil que vous pourriez donner à un porteur de projet pour l'aider à créer son entreprise ?

……
……

Merci d’avoir répondu à notre guide d’entretien.

ANNEXES

Annexe N°4 : L'entretien destiné aux directeurs des maisons de l'entrepreneuriat

Monsieur, Madame

Actuellement étudiant en second cycle master à l'école des Hautes Etudes Commerciales HEC Alger (Ex-INC) en science commerciales-Option Management et entrepreneuriat dans le cadre de l'élaboration de projet de fin de cycle qui portera sur :

« L'impact de la convention ANADE-Maison de l'entreprenariat sur la création d'entreprise au milieu universitaire »

Je vous prie de bien vouloir répondre à notre questionnaire afin de mener notre étude je tiens à vous informer que notre recherche une étude scientifique ainsi les réponses seront traitées en toute confidentialité. Je vous remercie de l'attention portée à notre demande, je vous prie d'agréer l'expression de mon plus profond respect.

I. Pouvez-vous de me parler sur les activités présentés par la maison de l'entrepreneuriat ?

1. Sensibiliser les étudiants à la culture et l'esprit entrepreneurial

.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. Former le plus grand nombre d'étudiants à l'entrepreneuriat, l'élaboration de business plan et business model Canvas et tous les domaines d'intérêts. (Y a-t-il un programme de formation annuel? Avec qui collaborez-vous pour proposer ce programme ? Est-ce que ce programme est récurrent chaque année? ...)

……
……
……

……

……

3. **Assurer un accompagnement des projets d'étudiants (porteurs de projet) « sortant » et futurs diplômés**

……

……

……

……

……

……

……

……

4. **Peut-on estimer des statistiques sur les étudiants qui bénéficient des services de la Maison de l'entrepreneuriat chaque année ?**

……

……

……

……

……

II. Pouvez-vous me parlez des moyens et des capacités matérielles et organisationnelles disponibles et nécessaire pour l'activité de la maison de l'entrepreneuriat ?

1. **Moyens matériels**

……

……

……

2. **Moyen humains**

……

……

……

3. **Le siège**

……
……
……

4. **L'indépendance dans la prise de décision**

……
……
……

5. **Soutien des responsables de l'école**

……
……
……

6. **Soutien de l'ANADE**

……
……
……

7. **À votre avis, monsieur/madame, y a-t-il d'autres éléments ou moyens auxquels aimeriez-vous citer (disponibles ou non disponibles) ?**

……
……
……
……

8. **Quels sont les problèmes et les contraintes les plus importants auxquels la maison de l'entreprenariat est confrontée dans l'accomplissement de ses tâches et de ses objectifs?**

……
……
……
……

9. Avez-vous des statistiques sur les étudiants qui sont passés par la maison de l'entrepreneuriat et orienter vers le dispositif ANADE ? Combiens d'étudiants ?

……
……
……
……

10. A votre avis, quel est l'impact de la convention ANADE-maison de l'entreprenariat sur la création d'entreprise au sein de votre établissement ?

……
……
……
……

Merci d'avoir répondu à notre guide d'entretien.

ANNEXES

Annexe N°05 : Les entretiens avec les directeurs des maisons de l'entrepreneuriat

A travers l'entretien que nous avons mené avec les directeurs de la Maison de l'entrepreneuriat de pôle universitaire de Kolea et des Universités de Biskra et de Ouargla, et en passant en revue les sites internet et quelques autres sources, et dans le but de répondre aux questions et de vérifier la validité de ses hypothèses, nous avons présenté les résultats, comme suit :

I. Les activités présentées par la maison de l'entrepreneuriat

1. Pouvez-vous de me parler sur les activités présentés par la maison de l'entrepreneuriat ?

Tableau(1) : Comparaison entre les maisons de l'entrepreneuriat

La maison de l'entrepreneuriat	MDE d'EHEC	MDE d'ENSM	MDE d'ENSSEA	MDE de l'université de Biskra	MDE de l'université d'Ouargla
Date de création	2014	2016	2015	2013	2013
Comité	6 membres	6 membres	6 membres	6 membres	7 membres
L'équipe d'assistants	2 membres	2 membres	2 membres	13 membres	14 membres
Le programme de sensibilisation	-Un programme annuel de l'ANADE -Des programmes occasionnels	-Un programme annuel - Des programmes occasionnels	-Un programme Annuel de l'ANADE	-Un programme annuel qui s'appelle la caravane entrepreneuriale et d'autres programmes	-Un programme annuel récurrent à travers toutes les facultés

L'accueil et l'orientation	-Un bureau d'accompagnement -Par le directeur de la maison	-Un bureau d'accompagnement -Par le directeur de la maison.	-Un bureau d'accompagnement -Par le directeur de la maison pendant son temps libre.	-Un bureau d'accompagnement -une équipe spéciale.	-Un bureau d'accompagnement - Par le directeur de la maison pendant son temps libre, et par l'animateur de l'Anade allouant deux jours par semaine.

Source : Elaboré par l'étudiant

2. **Former le plus grand nombre d'étudiants à l'entrepreneuriat, l'élaboration de business plan et business model Canvas et tous les domaines d'intérêts. (Y a-t-il un programme de formation annuel? Avec qui collaborez-vous pour proposer ce programme ? Est-ce que ce programme est récurrent chaque année? ...)**

Tableau(2) : Comparaison des formations entre les maisons de l'entrepreneuriat

MDE d'EHEC	**MDE d'ENSM**	**MDE d'ENSSEA**	**MDE de l'université de Biskra**	**MDE de l'université d'Ouargla**
-Les formations sont proposées et effectuées par les animateurs de l'ANADE et le directeur de la mde et quelques professeurs ou des entrepreneurs pour partager leurs expériences.	-Les formations sont proposées et effectuées par les animateurs de l'ANADE et le directeur de la mde et quelques professeurs ou des entrepreneurs pour partager leurs expériences.	-Les formations sont proposées et présentées par les animateurs de l'ANADE. -Membre du programme FIE en Algérie	-Les formations sont proposées et effectuées par 2 animateurs de l'ANADE et des professeurs de l'université. -Des formations proposées par notre	Les formations sont effectuées par un animateur de l'ANADE et le directeur de la MDE.

- Membre du programme FIE en Algérie -Collaboration avec INDJAZ	- Membre du programme FIE en Algérie -Des formations proposées par notre équipe en collaboration avec notre club scientifique CFC.		équipe et présentées par des formateurs et des professeurs.	

Source : Elaboré par l'étudiant

3.Peut-on estimer des statistiques sur les étudiants qui bénéficient des services de la Maison de l'entrepreneuriat chaque année ?

Tableau (3) : Des statistiques sur les étudiants qui bénéficient des services des MDE

Les activités	**MDE d'EHEC**	**MDE d'ENSM**	**MDE d'ENSSEA**	**MDE de l'université de Biskra**	**MDE de l'université d'Ouargla**
La sensibilisation	La majorité des étudiants	La majorité des étudiants et des employés de l'école	Pas de statistiques	1867 étudiants depuis 2019	Pas de statistiques précis
Les formations	Pas de statistiques Précis	Plus de 400 étudiants en 2021	25-30 étudiants	463 étudiants depuis 2019	Pas de statistiques précis
Nombre d'étudiants accompagnés	Pas de statistiques précis	De 2-7 étudiants chaque années	Pas de statistiques	101 étudiants depuis 2019	Nombre limité
Idées évalués	Pas de statistiques Précis	5 idées en 2021	Pas de statistiques	54 idées depuis 2019	Nombre limité

Source : Elaboré par l'étudiant

4. Quels sont les problèmes et les contraintes les plus importants auxquels la maison de l'entreprenariat est confrontée dans l'accomplissement de ses tâches et de ses objectifs?

Tableau (5) : Les contraintes et les problèmes des maisons de l'entrepreneuriat

MDE d'EHEC	MDE d'ENSM	MDE d'ENSSEA	MDE de l'université de Biskra	MDE de l'université d'Ouargla
-Le manque d'un budget spécial pour la maison de l'entrepreneuriat. -Le manque de ressources humaines extérieures. -Le manque des moyens matériels nécessaires. - La maison de l'entrepreneuriat est un organisme agréé par la ministre d'enseignement supérieur mais on ne la trouve pas dans l'organigramme de l'école.	-La pédagogie et le programme chargé des étudiants. -Pas de flexibilité et d'harmonie auprès de l'administration -La maison de l'entrepreneuriat est un organisme agréé par la ministre d'enseignement supérieur mais on ne la trouve pas dans l'organigramme de l'école et le directeur de cette maison est bénévole.	-Donner les moyens au responsable de l'école -Ces besoins du budget de l'école	-Pas de contraintes	-Soutenir la ressource humaine de la Maison de l'entrepreneuriat. -Soutenir l'équipe de travail avec des professeurs de toutes les facultés -Impliquer les clubs étudiants dans les activités de la maison, -Mettre en place un secrétariat

Source : Elaboré par l'étudiant

5. Avez-vous des statistiques sur les étudiants qui sont passés par la maison de l'entrepreneuriat et orienter vers le dispositif Anade ? Combiens d'étudiants ?

Tableau(6) : Des statistiques sur les étudiants orientés vers l'ANADE

	MDE d'EHEC	**MDE d'ENSM**	**MDE d'ENSSEA**	**MDE de l'université de Biskra**	**MDE de l'université d'Ouargla**
Les étudiants accompagnés et orientés vers l'ANADE	Pas de statistiques précises	2-3 étudiants chaque année	Pas de statistiques précises	71 étudiants depuis 2019	Nombre limité

Source : Elaboré par l'étudiant

6. A votre avis, quel est l'impact de la convention ANADE-maison d'entreprenariat sur la création d'entreprise au sein de votre établissement ?

Tableau (7) : L'impact de la convention Anade-maison de l'entrepreneuriat

	MDE d'EHEC	**MDE d'ENSM**	**MDE d'ENSSEA**	**MDE de l'université de Biskra**	**MDE de l'université d'Ouargla**
L'impact de la convention	Positif et très utile sur l'esprit entrepreneurial mais pas vraiment sur la création d'entreprises	Positif et très utile	Pas d'impact réel sur la création d'entreprise au sein de notre école	Positif et très utile	Il y a un impact positif de la convention mais sincèrement notre maison de l'entrepreneuriat n'est pas active.

Source : Elaboré par l'étudiant

LA TABLE DES MATIERES

Résumé

Dédicaces

Remerciements

Liste des tableaux

Liste des figures

Liste des abréviations

Sommaire

Section 1 : Le cadre conceptuel de l'entrepreneuriat 8

1. Evolution historique de l'entrepreneuriat 8

1.1. L'entrepreneuriat est une pensée 8

1.2. Visions de l'entrepreneuriat 8

1.2.1. La vision anglo-saxonne de l'entrepreneuriat 8

Elle fait référence à deux courants de pensée, celui initié par Gartner, et celui initié par Shane et Venkata Raman. 8

1.2.1.1. L'émergence organisationnelle 8

1.2.1.2. L'identification et l'exploitation d'opportunités 9

1.2.2. La vision globale 9

2. Définition de l'entrepreneuriat 9

3. Le processus entrepreneurial 10

3.1. Les étapes du processus entrepreneurial 11

3.1.1. L'idée de création 11

3.1.2. L'engagement et le passage à l'acte 12

3.1.3. La survie l'échec, ou le développement 12

4. Les formes d'entrepreneuriat 13

4.1. Entrepreneuriat de types auto création (Free-lance) 13

4.2. L'entrepreneuriat public 13

4.3. L'entrepreneuriat social (non marchand) 13

4.4. L'entrepreneuriat 13

4.5. L'extrapreneuriat (Essaimage) 14

4.5.1. Essaimage interne (spin-off) 14

4.5.2. Essaimage externe (spin-in) 14

4.5.3. Essaimage de sortie (spin-out) 14

4.6. La technopreneuriat 14

LA TABLE DES MATIERES

4.7. La petite et moyenne entreprise PME 15
4.8. L'entreprise familiale 15
4.9. La coopérative ou l'entreprise collective 15
5. L'importance de l'entrepreneuriat 16
5.1. La contributions de l'entrepreneuriat sur le plan socio-économique 16
5.2. La nécessité de l'entrepreneuriat dans un monde en mutation profonde 16
5.2.1. La pression du marché de plus en plus forte 16
5.2.2. Une individualisation des produits 16
5.2.3. Une accélération du progrès scientifique et technique 16
6. L'entrepreneur 17
6.1. Définition de l'entrepreneur 17
6.2. L'entrepreneur selon les différentes écoles de pensée 17
6.3. Typologie d'entrepreneur 18
6.3.1. L'entrepreneur artisan 18
6.3.2. L'entrepreneur opportuniste 18
6.3.3. L'entrepreneur administratif 19
6.3.4. L'entrepreneur indépendant 19
6.3.5. L'entrepreneur innovateur 19
6.3.6. L'entrepreneur orienté vers la croissance 19
6.3.7. L'entrepreneur orienté vers l'efficacité 19
6.3.8. L'entrepreneur pérennité indépendance croissance 19
6.3.9. L'entrepreneur croissance autonomie pérennité 19
6.4. Les caractéristiques de l'entrepreneur 19
6.4.1. Les caractéristiques démographiques 19
6.4.2. Les caractéristiques psychologiques 20
6.4.2.1. Le contrôle du risque 20
6.4.2.2. L'esprit inventif 20
6.4.2.3. L'autonomie 20
6.4.2.4. La confiance en soi 20
6.4.2.5. Le besoin d'accomplissement 20
Section 02 : Notions liées à l'entrepreneuriat 22
1. L'innovation 22
1.1. Définition de l'innovation 22
1.2. Les formes d'innovation 23
1.2.1. L'innovation incrémentale (de caractère mineur) 23
1.2.2. L'innovation radicale 23

LA TABLE DES MATIERES

1.2.3. Les révolutions technologiques 23
1.3. L'innovation et la création de la valeur 23
1.3.1. La création d'une forte valeur perçue par le client 24
1.3.2. Maximiser l'efficience de la chaine de valeur 24
2. La stratégie entrepreneuriale 25
2.1. Définitions de la stratégie 25
2.2. Les différents niveaux stratégiques 26
2.2.1. Le niveau général de l'entreprise 26
2.2.2. Le niveau de chaque domaine d'activité stratégique 26
2.3. Les types de stratégie 27
2.3.1. La stratégie de spécialisation 27
2.3.2. La stratégie de diversification 27
2.4. Les écoles de pensé de la formation de la stratégie 28
2.4.1. Les écoles prescriptives 28
2.4.2. Les écoles descriptives 28
3. Le business model 29
3.1. Définition et rôle du business model 29
3.2. Le Business Model Canvas 30
4. Le business plan 32
4.1. Définition du business plan 32
4.2. Les objectifs du business plan 33
4.2.1. Les objectifs ciblés en internes 33
5. Logique causale et logique effectual 34
5.1. La logique causale 34
5.2. La logique effectual 34
Conclusion 36
CHAPITRE 02 : 37
LES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES ELEMENT MOTEUR DE L'ENTREPRENEURIAT 37
Introduction 38
Section 01 : Généralités sur les PME 39
1. Définition de la petite et moyenne entreprise selon différents critères de classification 39
1.1. La classification selon des critères internes à l'entreprise 39
1.1.1. Les critères quantitatifs 39
1.1.1.1. Le nombre d'effectifs employés 39
1.1.1.2. Le chiffre d'affaires 40

LA TABLE DES MATIERES

1.1.1.3. Autres critères quantitatifs 40
1.1.2. Les critères qualitatifs 40
1.1.2.1. L'âge et la taille 40
1.1.2.2. Le système technique 41
1.1.2.3. L'environnement 41
1.1.2.4. Le pouvoir 41
1.2. La classification selon des critères externes de l'entreprise 42
1.2.1. La classification selon le statut juridique 42
1.2.1.1. Les entreprises privées 42
1.2.1.2. Les entreprises publiques 43
1.2.1.3. Les entreprises coopératives 43
1.2.2. La classification selon des critères économiques 44
1.2.2.1. La classification selon le secteur d'activité 44
1.2.2.2. La classification selon le domaine d'activité 44
2. La définition de la PME selon l'union européenne 44
3. Les Petites et Moyennes Entreprises en Algérie 46
3.1. Historique de la PME en Algérie 46
3.2. Définition de la PME en Algérie 49
3.2.1. Le nombre de personnes employées 49
3.2.2. Seuils pour la détermination du chiffre d'affaires ou pour le total du bilan 50
3.2.3. Entreprise indépendante 50
3.3. Classification des PME en Algérie 50
3.3.1. Classification selon critères quantitatifs 50
3.3.2. Classifications selon statut juridique 51
4. Importance des PME dans le développement économique Algérien 53
4.1. La création d'emploi 53
4.2. La création de la valeur ajoutée 53
4.3. La participation à la distribution des revenus 54
4.4. La participation au commerce extérieure 54
Section 02 : Les stratégies de développement et d'incitation à la création des PME en Algérie 56
1. Les politiques publiques pour promouvoir l'entrepreneuriat et la création des PME 56
1.1. Dispositif d'aides et régime d'incitation à l'entrepreneuriat 56
1.1.1. L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI) 57
1.1.2. La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) 58
1.1.3. L'Agence Nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat (ANADE) 58

LA TABLE DES MATIERES

1.1.4. L'Agence Nationale de Gestion du Micro crédit (ANGEM)..... 59
1.2 Dispositifs d'aides à l'accès au financement bancaire..... 59
1.2.1. Les sociétés de capital investissement..... 59
1.2.2. La caisse de garantie du crédit d'investissement CGCI..... 60
1.2.3. Le Fonds de garantie des crédits aux PME (FGAR)..... 60
1.2.4. Le fonds de caution mutuelle de garantie risque (FCMGR)..... 60
1.2.5. Le Fond de Garantie mutuelle des Microcrédits (FGMM)..... 61
1.3. Les structures d'appui et d'animation économique locale 61
1.3.2. Les centres de facilitation des PME..... 61
2. Contraintes de création des petites et moyennes entreprises en Algérie 62
2.1. Les contraintes socio-économiques de l'environnement..... 62
2.1.1. Les contraintes liées à l'information, à la communication et aux défaillances institutionnelles 62
2.1.2. Les contraintes liées aux défaillances de l'administration..... 63
2.1.3. Les contraintes liées au système judiciaire 63
2.2. Les contraintes liées au financement 63
Conclusion 64
Introduction.....66
Section 01 : Présentation de dispositif ANADE « Agence Nationale d'Appui et Développement de l'Entrepreneuriat » et la maison de l'entrepreneuriat.....67
1. La présentation de l'organisme d'accueil..... 67
1.1. L'historique de l'ANADE..... 67
1.2. Missions, objectifs et prestations de l'ANADE..... 68
1.2.1. Les missions de l'ANADE 68
1.2.2. Les objectifs de l'ANADE..... 68
1.2.3. Les prestations de l'ANADE 69
3. Les spécifiés de création d'entreprise à travers l'ANADE 70
3.1. Conditions d'éligibilité pour la création d'une entreprise :..... 71
3.2. Les modes de financement proposé par l'ANADE..... 71
3.3. Prêts non rémunérés supplémentaires 73
3.4. Mécanisme de remboursement des crédits..... 73
3.5. Garantie des crédits..... 74
4. Les avantages fiscaux 74
5. L'accompagnement entrepreneurial à travers les maisons d'entrepreneuriat..... 75
5.1. Définition et missions des maisons d'entrepreneuriat..... 75
5.1.1. Définition..... 75

LA TABLE DES MATIERES

5.1.2. Missions 76

6. Activités et organisation des maisons d'entrepreneuriat 76

6.1. Les activités 76

6.2. Organisation de la maison de l'entrepreneuriat 77

7. Le programme de coopération en relation avec le bureau international du travail (BIT) « le programme de formation CREE/GERME » 78

7.1. Présentation du programme 78

7.2. Objectif du projet 78

7.3. Les modules de formation 78

Section 02 : Méthodologie, analyse et résultats de l'enquête 79

1. L'objectif de la recherche 79

2. L'approche de la recherche 79

3. L'étude quantitative 79

3.1. Méthode de collecte de données 80

3.2. Élaboration du questionnaire 80

3.3. L'échantillonnage 81

3.3.1.Échantillons aléatoires 81

3.3.2.Échantillons non aléatoires 82

3.4. Méthode d'échantillonnage retenue 82

3.5. Le déroulement de l'enquête 82

3.6. Durée de l'enquête 82

4. L'analyse de données et présentation de résultats 82

5. L'étude qualitative 82

5.1. L'entretien 83

5.2. Objectifs de l'entretien 84

5.3. La réalisation de l'entretien 84

5.4. La constitution de l'échantillon 84

5 .5.L'enregistrement 84

5.6. Les difficultés de l'entretien 84

6. La présentation et l'analyse des résultats de questionnaire 85

1. Le sexe 85

2. L'Age 86

3. Ecole 86

4. Niveau 87

7. La présentation et l'analyse des résultats de l'entretien 97

7.1. L'entretien avec l'entrepreneure 97

LA TABLE DES MATIERES

7.1.1. Les caractéristiques personnelles de la promotrice 97

7.1.2. Les caractéristiques d'entreprise créées par la femme entrepreneure promotrice de l'ANSEJ de Tipaza 97

7.1.3. Les motivations et les obstacles 97

7.1.4. L'accompagnement de l'ANAD et la Maison de l'entrepreneuriat 98

7.1.5. Les avantages et inconvénients du dispositif (ANADE) 98

7.2. Présentation des entretiens avec les directeurs des maisons de l'entrepreneuriat 99

Conclusion..... 101

Conclusion Générale 101

BIBLIOGRAPHIE

ANNEXES

LA TABLE DES MATIERES