

**REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTER DE L'ENSEIGNEMENT ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE**

**UNIVERSITE MOULOU D MAMMERRI DE TIZI-OUZOU
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET
DES SCIENCES DE GESTION**



DEPARTEMENT DES SCIENCES COMMERCIALES

Mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du Diplôme

De master en sciences commerciales

Option : FINANCE

Sujet :

**Le rôle de l'accompagnement dans l'appui à la création
d'entreprises :**

Cas de l'ANSEJ (antenne de Tizi-Ouzou)

Présenté par : M^{elle} AROUDJ Lynda et AMOUR Radia

Dirigé par : Mr KHEFFACHE Sofiane

Jury de soutenance composé de :

Président : Mr MEZIAINI Yacine, MAA à la FSECG, UMMTO

Examinatrice : Mme REMIDI Djoummana, MAA à la FSECG, UMMTO

Rapporteur : Mr. KHEFFACHE Sofiane, MAA à la FSECG, UMMTO

Promotion 2017



Remerciements

Nous tenons à remercier tout d'abord le bon dieu de nous avoir donné la force, la volonté et le courage de mener à bien la mission qui nous a été confiée.

Nos remerciements pour tous les membres du jury, de nous avoir honoré en acceptant d'examiner et d'évaluer ce travail.

Nos chaleureux remerciements vont à notre promoteur Mr. KHEFFACHE Sofiane, pour la disponibilité dont il a fait preuve, les conseils toujours judicieux qu'il nous a prodigués, la grande rigueur théorique et méthodologique qu'il nous a inculquée, et ses valeureux conseils dans les moments de doute.

Nous adressons également nos sincères remerciements à Mr. HAMMOUR Abdelghani formateur à l'ANSEJ de Tizi-Ouzou, pour son aide précieuse dans l'élaboration de ce travail, pour nous avoir ouvert les portes de l'établissement et avoir accepté de partager son expérience avec nous.

Enfin, nous remercions toute personne ayant contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail à :

- *A la personne devant laquelle tous les mots de l'univers sont incapables d'exprimer mon amour et mon affection pour elle, à l'être qui m'est le plus chère, à ma douce mère.*
- *A mon cher père qui a payé des années d'amour et de sacrifices le prix de ma façon de penser.*
- *A ma grand-mère qui me chérit et pour laquelle je souhaite une meilleure santé.*
- *A mes chers frères et chères sœurs, Saïd, Ahmed, Aziz, Alia, Amel, que dieu les protège.*
- *A mes chers amis, AMIROUCHE Kenza, ADKHIS Zedjiga, AMIR Fadhila, CHIR Zohra.*
- *A mes cousines et cousins.*

Lynda

Je dédie ce modeste travail à :

- *A la personne devant laquelle tous les mots de l'univers sont incapables d'exprimer mon amour et mon affection pour elle, à l'être qui m'est le plus chère, à ma douce mère.*
- *A mon cher père qui a payé des années d'amour et de sacrifices le prix de ma façon de penser.*
- *A mes chers frères et chères sœurs, Rabah, Rachid, Mustapha, Abdennour, Karima, Souhila, Safia que dieu les protège*
- *A mon fiancé DJABELKHIR Arezki.*
- *A ma chère amie AMIROUCHE Kenza.*
- *A mes cousines et cousins en l'occurrence Hidouche, Kahina, Samira, Yasmina.*

Radia

Résumé

En Algérie, ce n'est qu'à partir de la fin des années 80 que l'on assiste à un regain d'intérêt pour la petite d'entreprise présentée dès lors comme le pilier du développement.

Cet intérêt tient d'abord à son expansion et à son poids dans notre économie et à la forte croissance du chômage.

Désormais, c'est sur la petite entreprise et les petits entrepreneurs que repose la création l'emploi et la modernisation de l'économie Algérienne.

L'accompagnement est souvent présenté comme l'un des facteurs de réussite des projets de création, reprise ou développement d'entreprise.

L'importance de la création d'entreprises s'est accompagnée par multiplication des structures d'aide à la création d'entreprises (ANSEJ, CNAC et ANGEM). Ces structures sont progressivement imposées et développés.

La plupart des pratiques actuelles d'accompagnement tendent plus ou moins à la professionnalisation, et se développent dans l'urgence et la concurrence. Dans ce cas-là nous essayons d'évaluer le rôle de l'accompagnement dans le cadre de l'ANSEJ.

Mots clés : la petite entreprise, entrepreneur, accompagnement, création d'entreprise, ANSEJ

Summary

In Algeria, it was not until the late 1980s that there was a renewed interest in the business enterprise, which was then presented as the pillar of development.

This interest is due primarily to its expansion and weight in our economy and to the strong growth in unemployment.

From now on, it is on the small enterprise and the small entrepreneurs that the creation creates the employment and the modernization of the Algerian economy.

Accompaniment is often presented as one of the factors of success of projects of creation, resumption or development of company.

The importance of business creation has been accompanied by a proliferation of structures for helping start-ups (ANSEJ, CNAC and ANGEM). These structures are gradually imposed and developed.

Most of the current practices of accompaniment tend more or less to professionalization, and develop in urgency and competition. In this case we try to assess the role of support in the framework of the ANSEJ.

Keywords: small business, entrepreneur, support, business creation, ANSEJ

Les abréviations

ADS : Agence de Développement Social

ANDI : Agence Nationale de Développement de l'Investissement

ANSEJ : Agence Nationale de Soutien à l'Emploi de Jeune

ANGEM : Agence Nationale de Gestion des Micro-crédits

APCE : Agence Pour la Création d'Entreprise

APSI : Agence de Promotion et de Soutien à l'Investissement

CA : Chiffre d'Affaire

CACI : Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie

CCI : Chambre de Commerce et d'industrie

CMA : Chambre de Métier et l'Artisanat

CNAC : Caisse National D'Assurance Chômage

CSFs : Critical Success Factors ((FCS : Facteurs Clé de Succès)

EPE : Entreprises Publiques Economiques

EURL : Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée

FCMG : Le Fonds de Caution Mutuelle de Garantie

FGAR : Fonds de Garantie des Crédits aux PME

FMI : Fonds Monétaire International

GUD : Guichet Unique Décentralisé

INSEE : Institution National et Statistique et des Etudes Economiques

NBIA: National Business Incubation Association

OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Economique

ONS : Office National des Statistiques

PME : Petite et Moyenne d'Entreprise

PMI : Petite et Moyenne Industrie

RCS : Registre du Commerce et des Sociétés

RM : Répertoire des Métiers

RNE : Répertoire National des Entreprises

SARL : Société à Responsabilité Limitée

SCA : Société au Commandite par Action

SCS : Société au Commandite Simple

SNC : Société au Nom Collectif

SNS : Société au Commandite Simple

SPA : Société Par Actions

TPE : Très Petite Entreprise

UTA : Unité de Travail- Année

Liste des tableaux

Tableau N° 01 : Les fondements du concept d'entrepreneuriat	7
Tableau N° 02 : Les différentes formes de l'entrepreneuriat	10
Tableau N° 03 : Les caractéristiques des principales sociétés commerciales	22
Tableau N° 04 : Les différents outils de financements	26
Tableau N° 05 : Le plan de financement initial	27
Tableau N° 06 : Le plan de financement à 3 ans.....	28
Tableau N° 07 : Les caractéristiques des dispositifs de promotion de l'entrepreneuriat	49
Tableau N° 08 : Provenance des entrepreneurs en Algérie	66
Tableau N° 09 : La population globale des PME à la fin de l'année 2015	69
Tableau N° 10 : Evolution de la population globale des PME (2014/2015).....	69
Tableau N° 11 : Répartition des dossiers déposés auprès de l'ANSEJ du 01/01/2011 au 31/12/2015:.....	86
Tableau N° 12 : Répartition des attestations d'éligibilité délivré par l'ANSEJ du 01/01/2011 au 31/12/2015	87
Tableau N° 13 : Répartition des projets financés par l'ANSEJ du 01/01/2011 au 31/12/2015	88
Tableau N°14 : Répartition des projets créés par l'ANSEJ du 01/01/2011 au 31/12/2015	89
Tableau N°15 : Répartition de nombre de micro-entreprise créées et nombre d'emplois.....	90
Tableau N° 16 : Le mode de financement triangulaire (ANSEJ).....	94
Tableau N°17 : Le mode de financement mixte (ANSEJ).....	94
Tableau N° 18 : Sexe de l'entrepreneur	119
Tableau N° 19 : âge des créateurs d'entreprise	120
Tableau N° 20 : Le niveau d'instruction des entrepreneurs	120
Tableau N° 21 : La répartition de l'entreprise enquêtée selon le secteur d'activité.....	121
Tableau N° 22 : Le choix du secteur d'activité	122
Tableau N°23 : L'origine de l'idée de création.....	125
Tableau N° 24 : Le degré de satisfaction envers l'aide de dispositif ANSEJ	129

Liste des figures et schémas

Figure N° 01 : Le processus d'aide et d'assistance à la création et au développement des entreprises.....	45
Figure N° 02 : Le processus d'incubation	56
Figure N° 03: La répartition des dossiers déposés	86
Figure N° 04 : La répartition des projets éligibles	87
Figure N° 05 : La répartition des projets financés par l'ANSEJ	88
Figure N° 06 : La répartition des projets créés par l'ANSEJ	89
Figure N° 07 : Le nombre des micro-entreprises crée par secteur d'activité.....	90
Figure N° 08 : La répartition des entreprises enquêtées selon le secteur d'activité.....	121
Figure N° 09: Exercice de l'activité professionnelle avant la création de l'entreprise	123
Figure N° 10 : Le statut de l'entrepreneur avant la création de l'entreprise	123
Figure N° 11 : Les principales motivations de l'entrepreneur	124
Figure N° 12 : L'origine de l'idée de création	125
Figure N°13 : Les difficultés rencontrées par les entrepreneurs à la création de leurs entreprises.....	126
Figure N° 14 : La durée de la création	127
Figure N° 15 : Le degré de satisfaction par les jeunes entrepreneurs envers l'ANSEJ	128
Figure N° 16 : Conseils reçus par le dispositif ANSEJ	129
Figure N° 17 : Les besoins de l'entrepreneur	130

Liste des schémas

Schéma N° 01 : Les étapes du processus de création d'entreprise.....	23
Schéma N° 02 : Les étapes de l'accompagnement en phase de création	97

SOMMAIRE

Sommaire

Liste des abréviations
Liste des tableaux
Liste des figures et schémas
Introduction Générale	1
Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise	6
Introduction au chapitre I	6
Section 01 : Fondement de l'entrepreneuriat	7
Section 02 : L'entrepreneur comme acteur dans le processus entrepreneuriale	12
Section 03 : La création d'entreprise.....	20
Conclusion au chapitre I.....	34
Chapitre II : l'accompagnement à la création d'entreprise	36
Introduction au chapitre II.....	36
Section 01 : Concept et fondement de l'accompagnement à la création d'entreprise	37
Section 02 : Importance de l'accompagnement à la création d'entreprise	40
Section 03 : Outils et mécanismes d'appui à la création d'entreprise.....	41
Section 04 : Les dispositifs d'accompagnement à la création d'entreprise.....	48
Conclusion au chapitre II	60
Chapitre III : l'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie.....	62
Introduction au chapitre III.....	63
Section 01 : L'entrepreneuriat en Algérie	64
Section 02 : Les PME en Algérie	67
Section 03 : Les organismes d'accompagnement à la création d'entreprise	71
Conclusion au chapitre III	80
Chapitre IV : L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite	81
Introduction au chapitre IV	82
Section 01 : Aperçus générale de l'ANSEJ.....	83
Section 02 : Méthodologie et organisation de la recherche.....	118
Section 03 : L'analyse des résultats de l'enquête	120
Conclusion au chapitre IV	134

Conclusion Générale	136
Bibliographie	138
Annexes	
Table des matières	156
Résumé	

Introduction Générale

Introduction Générale

De nos jours, la petite entreprise se dresse comme une solution à l'emploi, à la création de valeur et de la richesse. L'entrepreneur est considéré comme la figure emblématique de l'économie moderne, car capable de remédier aux problèmes économiques, d'innover et de surprendre par le biais de l'organisation qu'il crée. A cet effet, le développement de l'entrepreneuriat est devenu le garant du développement économique des pays.

Les Etats, ont de ce fait, intervenu davantage et de façons délibérées en faveur de l'entrepreneuriat et de la création d'entreprises, une situation rendue obligatoire par les effets néfastes de la libéralisation des marchés et de la privatisation sur la pérennité de l'emploi. Ces dernières années, l'action publique en matière d'entrepreneuriat s'est beaucoup transformée, allant de simples actions se rapportant à des aspects juridiques et fiscaux du lancement et du démarrage ; ces actions, se sont développées vers l'accès au financement sur les différentes phases du processus entrepreneurial. Parallèlement à cela, un cadre général d'appui à l'entrepreneuriat, matérialisé par la création de structures d'accompagnement des porteurs de projets et d'hébergement des entreprises en démarrage a été mis en place dans un objectif de répondre aux besoins des nouveaux entrepreneurs.

De ce fait, et pour accroître la pérennité des nouvelles entreprises, les systèmes d'appui ne cessent d'évoluer, en proposant une panoplie de services d'accompagnement pour répondre à la complexité et à la diversité des demandes de créateurs. L'accompagnement permet, en effet, de mieux appréhender la multiplicité des facteurs qui interviennent dans le processus d'élaboration et de mise en œuvre des projets de création des entreprises.

L'Algérie, comme la plupart de pays du monde, s'est engagée, et ce depuis les années 1990, dans un processus de transformation de son système économique pour répondre aux nouvelles exigences de la mondialisation. C'est dans ce contexte que l'entrepreneuriat en Algérie est né, et ce, grâce aux réformes engagées par les pouvoirs publics qui ont mis en avant l'esprit d'entreprise.

L'appui à l'entrepreneuriat et à la création d'entreprise en Algérie s'est manifesté par la mise en place durant les années 1990 de dispositifs d'insertion des jeunes, ainsi que d'autres procédures dans le but d'inciter et de stimuler l'investissement. Parmi les structures spécialisées dans l'aide à la création d'entreprises mises en place nous citons : l'ANSEJ, ANDI, CNAC et ANGEM, ayant pour objectif l'encouragement de toute forme d'action qui vise à promouvoir l'investissement productif, la création de richesse et d'emplois.

Introduction Générale

Parmi ces dispositifs, l'ANSEJ est considéré comme la structure la plus mature dans le réseau d'accompagnement de création de la petite entreprise, se fixant comme missions principales ; le soutien, le conseil et l'accompagnement des jeunes promoteurs. Néanmoins, les statistiques montrent qu'un nombre important d'entreprises créées dans le cadre de ce dispositif tombent dans l'échec, et ce, à causes des nombreuses difficultés rencontrées par les nouveaux créateurs tout au long du processus de création. Cette situation pose avec acuité l'importance du rôle et du degré d'intervention des structures d'aides à la création d'entreprises.

Notre intérêt pour l'entrepreneuriat et l'accompagnement à la création d'entreprises nous a amené à étudier le thème suivant : **Le rôle de l'accompagnement dans l'appui à la création d'entreprises : cas de l'ANSEJ (antenne de Tizi-Ouzou)**. L'objectif recherché à travers notre travail est de ressortir les caractéristiques d'un dispositif optimal d'accompagnement à l'entrepreneuriat susceptible de garantir une meilleure viabilité et surtout pérennité des entreprises créées. Nous essayons à travers notre recherche de répondre à la question principale suivante :

Quel accompagnement optimal pour un appui efficace à la création d'entreprises dans le cadre du dispositif ANSEJ, afin que ces entreprises soient pérennes et contribuent pour le mieux au développement de l'économie nationale ?

A travers cette question, et en prenant pour cas étudié le dispositif ansej, nous cherchons à déterminer l'importance des moyens mis en œuvre par ce dispositif pour garantir la survie des nouvelles entreprises créées, ses limites et surtout par quels outils, l'ansej doit être renforcé pour une prise en charge efficace des créateurs et de leurs entreprises.

De cette question principale découle des questions subsidiaires et ce pour mieux appréhender les différentes facettes du sujet étudié, à savoir :

- Qu'est-ce que l'entrepreneuriat et l'entrepreneur ?
- Qu'est-ce que la création d'entreprise ?
- Quelle est l'importance de l'accompagnement dans la création d'entreprise ?
- Quels sont les outils et les mécanismes d'accompagnement ?
- Quels sont les caractéristiques d'un dispositif efficace d'accompagnement ?
- L'ANSEJ est-elle un dispositif d'accompagnement complet ? Quels sont ses limites ?

Introduction Générale

Les hypothèses de la recherche

Afin de pouvoir répondre à notre problématique, nous avons supposé au préalable trois hypothèses :

H1 : L'ANSEJ est un dispositif optimal en termes d'accompagnement à la création d'entreprises

H2 : D'un point de vue théorique, l'ANSEJ ne remplit pas toutes les conditions d'un dispositif rationnel et efficace en matière d'appui à la création d'entreprises.

H3 : L'ANSEJ peut présenter les caractéristiques d'un dispositif optimal, si seulement, il intègre d'autres instruments indispensables à l'accompagnement et à la survie des entreprises.

Méthodologie de la recherche

Pour mieux répondre à notre problématique nous avons adopté une méthodologie basée sur une double démarches ; une démarche conceptuelle qui nous a permis de mieux comprendre les aspects théoriques de notre recherche, ainsi nous avons mobilisé des connaissances sur l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et l'accompagnement à la création d'entreprises. Cette première démarche nous a permis de ressortir les outils indispensables qui doivent être mobilisés par les structures d'appui pour garantir une meilleure survie des entreprises nouvellement créées.

La démarche empirique de notre travail a consisté, en une enquête auprès de l'ansej, et ce, pour apprécier l'importance des moyens mobilisés dans l'aide à la création, les limites de l'accompagnement dans le cadre de ce dispositif, afin de pouvoir proposer les corrections nécessaires pour mieux prendre en charges les créateurs. A cet effet, nous avons mobilisé deux études empiriques, une qualitative à travers un guide d'entretien adressé au responsable de l'accompagnement au sein de l'ansej pour évaluer leur appréciation du dispositif ; une étude quantitative à travers un questionnaire adressé à un échantillon de créateurs d'entreprises pour recenser leurs besoins en matière d'accompagnement.

Motif de choix du thème et intérêt de la recherche

Le choix du sujet est motivé d'une part, par la volonté d'évaluer le rôle de l'accompagnement dans l'appui à la création des entreprises à travers la mesure des différents outils et mécanismes d'accompagnement. D'autre part, le sujet présente une originalité liée à la rareté des travaux qui lui sont consacrés en Algérie.

Introduction Générale

Plan de travail

Le plan de notre recherche est subdivisé en quatre chapitres :

Le premier chapitre est consacré à la présentation de l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprises. En clair, ce chapitre regroupe un certain nombre de connaissances indispensables pour la compréhension de la thématique étudiée

Le deuxième chapitre, intitulé l'accompagnement à la création d'entreprises, est consacré à la présentation des concepts fondamentaux de l'accompagnement entrepreneurial. Nous avons aussi présenté dans ce chapitre les principaux outils et mécanismes d'un accompagnement optimal à la création d'entreprises.

Le troisième chapitre quant à lui reprend les éléments importants de l'aide à la création d'entreprises en Algérie, notamment les principaux dispositifs d'aide à la création existants.

Enfin, le quatrième et dernier chapitre, s'articule autour de l'étude empirique à travers le développement du cas de l'ansej dans lequel nous avons évalué l'importance des outils mobilisés par ce dispositif à la faveur des nouveaux créateurs, et de là, apprécier ses aspects positifs, afin de pouvoir engagé les actions correctives adéquates.

Chapitre I : L'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

INTRODUCTION AU CHAPITRE I :

Discipline scientifique, objet d'enseignement, de débats politiques, économiques ou institutionnels, l'entrepreneuriat est invoqué à tous les niveaux. Il représente souvent un enjeu, parfois un espoir, et systématiquement une richesse.

Selon l'angle adopté, l'entrepreneuriat peut être valorisé comme apporteur de solutions alternatives aux problèmes économiques et sociaux, essentiellement par le biais de : la création de richesses, d'emploi, l'innovation, le renouvellement du parc d'entreprises, l'exploitation des ressources, la diversification et la complémentarité des entreprises...etc.

En dépit des multiples approches scientifiques possibles pour tenter de comprendre l'entrepreneuriat (consensuellement qualifié de « phénomène »), les chercheurs s'accordent pour faire l'hypothèse que l'entrepreneur est une pièce centrale de ce phénomène.

Il voit des possibilités, prend des risques et saisit des opportunités et ce par le biais de la création d'entreprise, qui présente non seulement un moyen de lutte contre le chômage mais également une source très importante de développement et d'innovation. Elle (la création d'entreprise) constitue un paradigme dans la construction de l'acte d'entreprendre.

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

Section 01 : Fondement de l'entrepreneuriat

Les mutations profondes de la société ont fait apparaître de nouvelles attentes, au niveau économique et social. Ainsi, l'entrepreneuriat est devenu la philosophie dominante des affaires. Il présente en effet de multiples vertus : créativité, innovation, sens de l'initiative, flexibilité et surtout création d'emplois.

Tableau01 : Les fondements du concept d'entrepreneuriat

Origines	Concepts	Sources contemporaines
Serre (1600)	Capacité de mobiliser et de gérer des ressources humaines et matérielles pour créer, développer et implanter une entreprise.	Mahé de Boislandelle (1988) Landström (1999)
Cantillon (1734)	Capacité de prendre le risque de créer son propre emploi Capacité d'un individu de se prendre en main et de prendre des risques dans un environnement incertain.	Gartner (1989; 1990) Friis et coll. (2002) Roberts et Woods (2005) Lash et Yami (2008)
Turgot (1769)	Combinaison de la prise de risque, de la créativité et/ou de l'innovation et d'une saine gestion, dans une organisation nouvelle ou existante.	Crozier et Friedberg (1977) CE (2003) Filion (2007)
Smith (1776)	Capacité pour un individu de se prendre en main et de prendre des risques, assurant ainsi la mise en œuvre des projets : inclut la capacité de produire des biens et de créer de la valeur, qui en retour influence l'entrepreneur.	Cossette (1994) Landström (1999) Bruyat et Julien (2000) Ahl (2006)
Say (1803)	Capacité de créer une organisation et de la gérer de façon à générer des profits ou à la faire croître : donc une dimension de profits et de croissance.	Churchill et Lewis (1983) D'Amboise (1997) Carree et Thurik (2005)
Knight (1921)	Capacité à gérer l'incertitude et le risque. Pour cet auteur, les risques peuvent être « calculés », tandis que l'incertitude ne peut l'être.	Audretsch (2002) Friis et coll. (2002)
Schumpeter (1934)	Capacité à introduire des innovations (produits/méthodes/etc.) et de provoquer ou de profiter d'un déséquilibre dans le marché. Inclut la création de valeur dans un processus dialogique entre l'entrepreneur et le marché.	Nooteboom (2006)
Kirzner (1973)	Inclut la capacité à détecter et à exploiter des occasions, ce qui équivaut à détecter les imperfections du système pour rétablir l'équilibre.	Dutta et Crossan (2005) Companys et McMillen (2007) Julien et Vaghely (2008)

Source : Institut de la statistique du QUEBEC, 2010 : La mesure de l'entrepreneuriat

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

1.1. Historique de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un phénomène complexe qui au cours du temps et selon les pays, a toujours signifié diverses choses. Néanmoins aujourd'hui, les spécialistes s'accordent à dire que ce terme est étroitement lié à la création d'entreprise. Aussi, son histoire se confondrait avec celle de l'évolution du métier d'entrepreneur.

A travers le temps, on peut voir qu'au moyen-âge le terme entrepreneur faisait référence aux dirigeants de grands chantiers, qui utilisaient l'argent des autres pour effectuer leurs travaux de construction. A partir de dix-septième siècle il désignait une personne mue par la volonté de faire des affaires en prenant des initiatives et en organisant des ressources pour satisfaire les besoins des consommateurs dans l'espoir d'en retirer un gain personnel.

Le profit, le revenu de l'entrepreneur, était déjà considéré comme la récompense des risques qu'il prenait et de l'incertitude de son action sur le marché. Au cours de la révolution industrielle, au dix-huitième siècle, le terme entrepreneur faisait référence aux inventeurs de techniques nouvelles qui empruntaient de l'argent aux banques, pour construire des usines afin de rentabiliser leurs inventions, c'est de cette époque que date l'avènement de l'entrepreneur moderne.

Du dix-neuvième siècle jusqu'au milieu des années 1970, avec les vagues des concentrations financières, des progrès technologiques et la naissance de la société anonyme, la gestion des entreprises va exiger des managers expérimentés. Aussi les grands capitaines d'industrie qui vont stimuler le développement du capitalisme industriel, seront les niveaux entrepreneurs.

C'est à partir des deux dernières décennies du XXème siècle que l'entrepreneur va être identifié comme étant toute personne à l'origine de la création d'une entreprise, peu importe sa taille ou son secteur d'activité, le nouvel entrepreneur sera le travailleur autonome le propriétaire dirigeant de PME, le dirigeant de multinationale ou le propriétaire d'une micro-entreprise. C'est l'avènement du capitalisme entrepreneurial.

1.2. Définition de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un phénomène complexe qui au cours du temps a pris plusieurs significations. Plusieurs auteurs et chercheurs dans ce domaine ont essayé d'apporter une définition pour ce concept. Parmi ces auteurs, nous citons Thierry Verstraete « *L'entrepreneuriat est le processus qui amène les personnes à envisager la propriété d'une entreprise comme une option ou*

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

solution de carrière viable, à arriver avec des projets d'entreprise à apprendre à devenir des entrepreneurs, à lancer et à développer une entreprises »¹.

Selon JULIEN et MARCHESNAY : le mot entrepreneuriat a été choisi au Québec par le conseil de la langue française, au déterminent du terme anglais « *entrepreneurship* ». Ce mot désigne : « *la qualité de celui ou de ceux qui sont entrepreneur. Cet qualité aborde trois champs de recherche principalement, l'esprit d'entreprise², la création d'entreprise et l'entrepreneur* »³.

Selon FRANK JANSSEN l'entrepreneuriat est définit comme « *une relation avec la notion de création de valeur⁴, il convient de préciser le processus par lequel l'individu peut créer cette valeur* »⁵.

1.3. Les formes de l'entrepreneuriat

Le tableau n°02 résume les formes de l'entrepreneuriat. Ainsi qu'il est possible de le constater, certains parlent de l'entrepreneuriat en termes de création pure, alors que d'autres le considèrent comme un processus d'innovation pouvant être lié au comportement entrepreneurial de certains employés ouvrant au sein d'une petite ou d'une grande entreprise.

¹ VESTREATE.T, « Entrepreneuriat ; modélisation du phénomène », revue de l'entrepreneuriat, vol 1, n° 1, 2001. PP 15- 45

² L'esprit d'entreprise peut être défini *comme l'aptitude d'un individu, d'un groupe social, d'une communauté à :prendre des risques pour engager des capitaux pour investir, voire s'investir dans une sorte d'aventure ,une entreprise, consistant à apporter quelque chose de neuf (l'innovation), de créatif, ceci en employant et en combinant de la façon la plus performante possible des ressources diverses.*

³ Julien. P-A et Marchesnay M, « L'entrepreneuriat », Ed Economica, Paris, 1996, P8

⁴La création de valeur : « *elle suppose la création de toute forme de richesse, non pas uniquement pour une partie prenante dans l'organisation, mais également pour l'entrepreneur lui-même. La notion de valeur est donc fonction de la perception de l'entrepreneur et des motivations qui le poussent à entreprendre* ».

⁵Frank. J, « Entreprendre : Une introduction à l'entrepreneuriat », Ed de boeck, Paris, 2009, p28

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

Tableau 02 : Les différentes formes de l'entrepreneuriat

Formes entrepreneuriales	Définitions	Sources
Création pure d'entreprise	Une création est dite pure si l'activité exercée ne constitue pas la poursuite d'une activité de même type exercée antérieurement au même endroit par une autre entreprise.	Counot et Mulic (2004)
Essaimage	Pratique par laquelle une entreprise favorise le départ de certains de ses salariés et les aides à créer leur propre entreprise.	Office québécois de la langue française (2007)
Reprise d'entreprise	Achat, donation ou héritage d'une entreprise déjà existante.	Counot et Mulic (2004)
Développement et croissance d'une entreprise	Nouveaux débouchés commerciaux (produits, services, procédés) ou mise en application de meilleurs moyens de répondre à la demande du moment.	OCDE (1998)
Intrapreneuriat	Conception de nouveaux projets ou de nouvelles activités ou développement des activités actuelles, à partir d'une entreprise existante, quelle que soit la taille de l'entreprise.	Carrier (2008) Dumais et coll. (2005)

Source : La mesure de l'entrepreneuriat, Rapport de Pierre-André Julien et Louis Cadieux, QUÉBEC, 2010

1.4. Importance de l'entrepreneuriat

C'est dans les intérêts apportés à l'économie et à la société que réside l'importance de la place occupée par l'entrepreneuriat dans les recherches et les politiques économiques. En effet les apports de l'entrepreneuriat à l'économie et à la société concernent la création d'entreprise, la création

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

d'emploi, l'innovation, le développement de l'esprit d'entreprendre dans les entreprises et les organisations et l'accompagnement de changements structurels.

1.4.1. Entrepreneuriat et croissance économique

L'activité entrepreneuriale n'engendre pas un effet direct sur la croissance économique, elle ne fait que l'accélérer grâce à la présence d'une masse d'entrepreneurs.

1.4.2. Entrepreneuriat et création d'emplois

L'entrepreneuriat constitue un moyen pour la résorption du chômage, il est considéré comme une source potentielle de création et de sauvegarde d'emplois, l'acte d'entreprendre est devenu une nécessité pour l'intégration sociale de l'entrepreneur et de sa famille. « malgré les imprécisions et les incertitudes des outils et des mesures, on peut considérer, en nous appuyant sur des travaux de l'agence pour la création d'entreprise (APCE), que la création d'entreprises contribue à créer de 400000 à 450000 nouveaux emplois par an, alors que la reprise d'entreprises permet d'en sauvegarder au moment de l'acte entrepreneurial et non pas d'emplois pérennisés au bout d'une période donnée, cinq ans par exemple »⁶.

1.4.3. Entrepreneuriat et renouvellement du parc d'entreprise

L'entrepreneuriat permet de renouveler et reconstruire le tissu économique par la création d'entreprise, sachant que cette dernière recouvre trois situations différentes :

La création *ex-nihilo* : c'est « la création d'une entreprise nouvelle par un individu ou groupe d'individu, on peut réellement parler dans ce cas de la création d'une entreprise nouvelle »⁷.

La reprise d'entreprise : c'est « la création d'une entreprise reprenant partiellement ou totalement les activités et les actifs d'une entreprise ancienne »⁸.

La réactivité d'entreprise : c'est le redémarrage des activités d'une entreprise en répit.

1.4.4. Entrepreneuriat et innovation

La formation d'innovation est importante, d'après Schumpeter, « les entrepreneurs constituent le moteur de l'innovation en identifiant les opportunités que les autres acteurs ne voient pas et en

⁶FAYOLLE. A et FILION. L-J : « Devenir entrepreneur, des enjeux aux outils », Ed Dunod, Paris, 2006 ; P 25

⁷FAYOLLE. A : « Introduction à l'entrepreneuriat », Ed Dunod, Paris 2005 ; P 18

⁸Idem

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

développement des technologies et les concepts qui vont donner naissance à de nouvelles activités économiques »⁹

Section 02 : L'entrepreneur comme acteur dans le processus entrepreneurial

Le mot entrepreneur constitue la racine du terme qui définit la discipline de l'entrepreneuriat, l'intérêt porté à ce domaine est lié au renouveau d'attention pour la petite entreprise dont l'entrepreneur est le personnage principal.

Cet acteur principal qui est l'entrepreneur était le centre des contributions et d'études de plusieurs chercheurs des différents domaines.

2.1. L'origine du concept

Il semblerait que le mot "entrepreneur", au même titre d'ailleurs que le mot "manager", soit né en France, à la fin du XVI^{ème} siècle. Selon Verin (1982), quelle que soit l'époque considérée, l'activité de l'entrepreneur est assimilée à une action risquée. Le mot entrepreneur désignait, dans une de ses premières acceptions, ceux que l'on appellera plus tard les fournisseurs aux armées. Très vite, il s'est appliqué à tous ceux qui étaient liés par contrat avec le gouvernement royal, pour la construction des routes, des ponts et des fortifications.

Très tôt l'idée d'entreprise a donc été associée à celles de risque et d'aventure avec une forte connotation militaire qui subsiste encore aujourd'hui.

2.2. L'évolution du concept d'entrepreneur

Le concept d'entrepreneur a beaucoup évolué dans le temps et dans l'espace. Il existe plusieurs théories qui sont liées à l'entrepreneur, chaque une d'elles s'appuyant sur un aspect particulier de l'entrepreneur. Nous essayerons d'exposer les plus connues :

Pour Richard Cantillon (1755)

Est le premier des économistes à s'être intéressé à l'entrepreneur est définit « *comme un preneur de risque, c'est qui agit dans l'incertitude* »¹⁰.

Pour lui, l'entrepreneur n'exerce pas ses talents dans un secteur économique spécifique, tel l'industrie, le commerce ou l'agriculture. Il représente celui qui assume le risque de l'incertain peu importe le secteur. Il s'engage de façon ferme vis-à-vis d'un tiers en faisant l'acquisition des moyens nécessaires à un prix certain sans garantie de ce qu'il peut attendre. En effet, il envisage de revendre ces moyens, tels que des biens ou des services, mais à un prix incertain. C'est savoir prévoir les risques et affronter l'incertain sont des aspects entrepreneuriaux à retenir de son analyse. Donc

⁹FAYOLLE. A et FILION L-J: op cit, P 23

¹⁰MESSEGHEM. K et SYLVIE. S, « L'entrepreneuriat », Article Ed EMS, Paris 2011 ,PP 43-45

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

l'entrepreneur est classé dans la troisième catégorie d'acteurs après les propriétaires et les fermiers. Nommée entrepreneur, regroupe aussi bien des marchands, des juristes, Appréhendé comme un investisseur, l'entrepreneur est donc un preneur de risque. C'est un aventurier, un opportuniste.

L'entrepreneur est défini par son affrontement au risque, en clair, qu'il n'y a aucune garantie de ce qu'il va recevoir d'après sa décision d'entreprendre.

Selon Jean-Baptiste Say(1803)

L'un des fondateurs de la théorie économique de l'entrepreneur. Il définit l'entrepreneur « *comme l'intermédiaire entre toutes les classes de producteurs et entre ceux-ci et le consommateur* »¹¹. Selon Say, l'entrepreneur aime prendre des risques, accepte volontiers le changement et les innovations qui l'accompagnent, il est proactif. Dans la pensée de Say, l'entrepreneur doit diriger et organiser d'une part, et prendre des risques, d'autre part, sont les deux traits les plus caractéristiques de l'activité de l'entrepreneur.

L'entrepreneur Schumpeterien

Le concept entrepreneur a connu une renaissance grâce à Schumpeter. Considéré comme le père du champ de l'entrepreneuriat, Schumpeter trouve que l'entrepreneur est le personnage clé de l'activité économique. L'entrepreneur est un agent économique à part entière, sa fonction consiste à innover et mettre en place de nouvelles combinaisons de facteurs de la production. D'après lui, l'entrepreneur est le moteur du progrès technique. « *Un entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée en une innovation réussie* »¹²

J. Schumpeter voit l'entrepreneur comme celui qui joue un rôle dynamique et révolutionnaire dans le développement du capitalisme, ce rôle qui consiste à réformer ou à révolutionner la routine de production en exploitant une invention ou, plus généralement, une possibilité technique inédite, car il perçoit l'entrepreneur comme celui qui consacre son énergie et risque son argent pour produire et vendre autre chose.

KNIGHT : Le risque et l'incertitude

KNIGHT (1921) relie la fonction entrepreneuriale et la prise de risque, de fait que l'entrepreneur prend des décisions dans un contexte de grande incertitude non probabilisable. Cette dernière signifie qu'un agent économique ne peut, à partir de l'expérience passée, effectuer des probabilités des événements futurs. Il est alors impossible d'appliquer les méthodes probabilistes pour orienter la prise de décision.

¹¹ TOUNES. A, « L'entrepreneur : l'odyssée d'un concept », IAE de Rouen n°03-73, Paris 2000, P7

¹² HERNANDEZ. E-M, « L'entrepreneuriat, approche théorique », Ed L'Harmattan, Paris ,2001,P74

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

Selon KNIGHT, les entrepreneurs « *sont des individus ayant le plus haut niveau de prévisions, leur permettant de prendre des décisions de production et ont une confiance en leurs propres jugements* »¹³.

L'entrepreneur chez DRUCKER

Au même titre que Schumpeter, selon Drucker (1980), l'entrepreneur est celui qui innove. Selon lui, les principes de management pratiqué jusqu'en 1970 par les entreprises tels que : l'organisation scientifique du travail surtout manuel, la décentralisation, la planification à long terme, sont devenus insuffisants parce que beaucoup d'organisations ont constaté que la spécialisation avait des limites et parce que des besoins nouveaux sont apparus : besoins d'innovation, changement social, nécessité d'organiser efficacement le travail...

Pour Drucker, l'innovation peut se faire même par rapport au style du management, « *Le management constitue lui-même une innovation : le management, ce savoir utile, qui permet pour la première fois à l'homme de faire travailler de façon productive des personnes de qualifications et de discipline très différentes au sein d'une organisation, est une innovation de ce siècle* »¹⁴.

Alors Drucker insiste sur l'innovation et le considère comme un élément essentiel dans la fonction entrepreneuriale.

La théorie de l'efficacité X de LEIBENSTEIN

Selon Leibenstein (1968), deux entreprises identiques qui utilisent les mêmes facteurs de production n'aboutissent pas aux mêmes résultats, d'une inspiration 'néo schumpetérienne' cet auteur cherche à séparer la routine de l'innovation. A partir de là, il distingue deux aspects dans l'activité d'entreprise : « ce qui est de la routine, qui regarde le management et ce qui est exceptionnel et qui est la véritable fonction de l'entrepreneur »¹⁵.

La théorie d'efficacité X s'intéresse au degré d'inefficacité dans l'utilisation des ressources au sein de la firme. Elle représente la mesure dans laquelle la firme ne parvient pas à atteindre son potentiel productif, soit parce que les ressources sont employées de manière inappropriée, soit parce qu'elles sont gaspillées.

Leibenstein considère la fonction d'entrepreneur comme une réponse créative à l'inefficacité X, il note que l'entrepreneur est le moteur de la croissance.

¹³ CAPRON.H « L'entrepreneuriat et création d'entreprise, facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise », Ed de Boeck, Paris 2009, P18

¹⁴ DRUCKER.P, « Les entrepreneurs », Ed hachettes, 1985, P58

¹⁵ TOUNES. A, Op cité, P11

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

La vigilance de l'entrepreneur : KIRZNER

Pour KIRZNER (1973), l'entrepreneur doit être vigilant pour détecter puis exploiter les opportunités qui peuvent se présenter. L'entrepreneur se présente comme l'agent économique qui exploite l'information.

Cette vigilance entrepreneuriale, peut être définie « comme une sorte de capacité particulière des entrepreneurs à acquérir l'information de façon spontanée. Cette capacité se manifeste par la faculté de percevoir les opportunités offertes par le marché »¹⁶. Grâce à cette qualité, l'entrepreneur sait comment combiner les facteurs de production et comment trouver les personnes ayant les informations dont il a besoin pour trouver des sources de profit.

2.3. Définition de l'entrepreneur

L'entrepreneur représente l'essence ou le cœur de l'entrepreneuriat. Il innove en fonction des opportunités qui se présentent, mais aussi organise les ressources pour produire et commercialiser, tout en cherchant son intérêt.

FRANK JASSEN a défini l'entrepreneur comme suit « *l'individu ou le groupe d'individus qui réussit (ou réussissent) à identifier dans son (leur) environnement une opportunité et qui arrive (ou arrivent) à réunir les ressources nécessaires pour l'exploiter en vue de créer de la valeur* »¹⁷.

L'entrepreneur est celui qui dirige l'entreprise qu'il a créée, qui possède des qualités particulières, qui met en œuvre de nouvelles méthodes.

Au sens économique, l'entrepreneur est celui qui combine des ressources, de la main-d'œuvre, des matières premières et d'autres actifs pour leur donner une valeur plus grande qu'au pare avant, ou encore celui qui introduit des changements, des innovations et un ordre nouveau.

2.4. Les caractéristiques d'un entrepreneur

Il existe chez l'entrepreneur quelque chose qui le distingue du reste de la population. Nous allons essayer de présenter les principales caractéristiques d'un entrepreneur en se référant à la synthèse réalisée par certains auteurs

2.4.1. L'entrepreneur comme initiateur

L'entrepreneur est l'acteur du processus entrepreneurial, plusieurs auteurs comme (Sophie Boutillier, D. Uzunidis, 1995) ont étudié les caractéristiques de ce dernier.

Les premières recherches dans le domaine d'entrepreneuriat ont porté sur l'entrepreneur comme initiateur, acteur du processus, ayant une intention et une volonté pour s'introduire dans le domaine des affaires. Ces études portaient sur les caractéristiques psychologiques.

¹⁶ BERBER. N, « L'entrepreneuriat en Algérie », mémoire de Magister en Management, FSEGC, Ecole doctorale d'économie et de management, Université d'Oran, 2014, P18

¹⁷ JANSSEN. F, « Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat », Ed de Boeck, Paris, 2009, P35

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

2.4.2. Entrepreneur innovateur

J. SCHUMPETER (1935) souligne que « les individus capables d'innover méritent seuls l'appellation d'entrepreneur ; ils sont doués d'imagination et font preuve d'initiative et de volonté »¹⁸. Ils assurent le passage entre le monde scientifique de la découverte et des inventions, et le monde économique des innovations.

C'est-à-dire que l'entrepreneur profite des connaissances des savants (inventions) pour créer des produits utiles (en innovant).

2.4.3. Un preneur de risque

Créer une entreprise ou commercialiser une innovation présente un risque supérieur. Plusieurs études ont montré que, le plus souvent, le jeune entrepreneur connaît mal ses coûts et les potentialités du marché. « Les spécialistes s'accordent pour considérer la prise de risques comme étant une caractéristique qui différencie les entrepreneurs des autres individus »¹⁹.

Lors de création de son entreprise, l'entrepreneur va assumer des risques de différentes natures :

-Risque financier : engager des fonds et rembourser des dettes ;

-Risque professionnel : quitter un emploi pour créer une entreprise, de s'engager dans l'inconnu ;

-Risque d'ordre familial : créer une entreprise c'est consacrer plus de temps à son travail et moins à sa famille, en cas d'échec, apparition des difficultés familiales.

2.5. Typologie d'entrepreneur

A base des caractéristiques psychologiques, sociologiques de l'entrepreneur, les chercheurs ont donné une certaine classification.

Une première typologie donnée par J. Schumpeter, l'entrepreneur « innovateur » et « imitateur ».

Une deuxième fondée sur le niveau d'éducation selon Lorrain et Dussault (1988)

L'entrepreneur artisan : caractérisé par une compétence technique et un faible niveau de formation, caractérisé par une forte volonté d'autonomie et d'indépendance, une forte liaison au milieu familiale.

Et l'entrepreneur opportuniste : est mieux formé, ayant un niveau de formation élevé et des expériences dans le domaine de gestion.

Le profil du dirigeant évolue, « l'innovateur » se transforme en « manager » dans le souci d'une meilleure performance. Mais S. BOUTILLIER (1996) distingue les deux profils

¹⁸ Hernandez. E-M, « L'entrepreneuriat, approche théorique », L'Harmattan, Paris, 2001, P64

¹⁹CACHON.J-C, « Entrepreneurs : pourquoi ? Comment ? Quoi ? »,PDF 2013, P22, Consulté le 22 /10/2016

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

« Entrepreneur » et « manager »²⁰ ;

- Entrepreneur : propriétaire, organisateur, gestionnaire de l'entreprise et crée des emplois et des richesses ;
- Manager : salarié, gestionnaire, organisateur, ne supporte pas des risques.

Pour Marchesnay (1996) a distingué deux types d'entrepreneurs (PIC, CAP)²¹ en se basant sur les trois inspirations suivantes :

- La pérennité de son entreprise : c'est-à-dire le souci de durée, notamment dans l'espoir de le transmettre à un repreneur ou à un membre de la famille ou de l'entreprise.
- L'indépendance : chaque entrepreneur souhaite être indépendant en termes de propriété de capital, ou autonome en termes de prise de décision. Ce sont les deux formes distinctes de la volonté d'indépendance.
- La croissance : c'est la volonté de puissance et le désir de pouvoir.

Les deux types étaient qualifiés par **PIC** (Pérennité, Indépendance, Croissance), et **CAP** (Croissance, Autonomie, Pérennité)

Pour le **PIC**, ayant comme priorité la pérennité de son activité, il cherche l'indépendance en refusant des associés, c'est-à-dire des emprunts extérieurs à long terme. En cherchant vers la fin la croissance de son activité sans qu'elle mette en risque sa pérennité et son indépendance patrimoniale.

Le **PIC** est appliqué beaucoup plus par les entreprises familiales. En priorité, l'entrepreneur **CAP** vise la croissance forte (la rentabilité à court terme) ou un degré de risque est présent, il cherche l'autonomie de décision, peu intéressé par l'indépendance du capital (il fait appel à des capitaux externes, peut externaliser et sous-traiter ses activités et fonctions). Faiblement intéressé par la pérennité de son activité (peut facilement changer d'activité).

2.6. Les facteurs clé de succès des entreprises nouvelles

En 1979, Rockart a défini les FCS (CSFs : *critical success factors*) comme le nombre minimum de domaines dans lesquels des résultats satisfaisants assureront la performance compétitive pour l'individu, le département ou l'organisation. Les FCS sont des zones clés où les choses doivent aller bien pour que l'affaire s'épanouisse et pour que les buts de l'entreprise soient atteints.

2.6.1. Succès entrepreneurial et profil de l'entrepreneur

Les revues de la littérature ont abondamment montré une relation positive entre le profil de l'entrepreneur et le succès des nouvelles entreprises: ceux qui connaissent le succès sont ceux qui y

²⁰ BOUTILLIER. S et UZUNIDIS. D, « L'entrepreneur, une analyse socio-économique », Ed Economica, Paris, 1995, P15

²¹ JULIEN. P-A et Marchesnay.M, Opacité, P58

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

croient le plus intensément et le plus longtemps. Dans ce sens plusieurs auteurs stipulent que le succès des nouvelles entreprises est lié essentiellement à la personnalité même de l'entrepreneur.

Plusieurs variables sont utilisées pour expliquer l'impact du profil de l'entrepreneur sur le succès et la croissance de son entreprise. Ces facteurs peuvent être classés en trois catégories : La motivation du créateur, son capital humain général comme (âge, sexe et niveau d'éducation), et ses compétences comme (compétences managériales et entrepreneuriales).

2.6.2. Succès entrepreneurial et environnement de l'entrepreneur

Le succès d'une entreprise ne dépend pas uniquement de l'entrepreneur mais aussi de l'accumulation de son capital social et ses liens d'affaires. Pour cela, certains auteurs ont essayé d'étudier l'impact du capital social des entrepreneurs sur la performance de leurs entreprises pour savoir s'ils ont réalisé ou non un succès entrepreneurial.

A. Capital social de l'entrepreneur et succès entrepreneurial

Le capital social, comme le définit Pierre Bourdieu (1980), est *«une forme de capital, lié à la possession durable d'un réseau de relations sociales ou à l'appartenance à un groupe stable que l'individu peut mobiliser dans ses stratégies. Ce capital est variable en volume et en potentialités selon les relations concernées : Le volume de capital social que possède un agent particulier dépend de l'étendue des liaisons qu'il peut effectivement mobiliser et du volume de capital possédé en propre par chacun de ceux auxquels il est lié »*²². Donc le capital social n'est pas l'ensemble des relations d'un individu, mais l'ensemble des relations dotées d'un certain pouvoir.

B. Structures d'accompagnement et succès entrepreneurial

Le taux de mortalité des PME est en grande partie dû à des décisions administratives et stratégiques inadéquates et à un manque de compétence du dirigeant. Ici interviennent les structures d'accompagnement comme étant des catalyseurs permettant le développement des compétences managériales et entrepreneuriales du dirigeant débutant grâce au coaching.

Tout au long du processus de création et de développement de l'entreprise, les principaux outils d'incitation et d'appui à la création d'entreprises sont la sensibilisation, l'accueil et l'orientation des créateurs potentiels, l'information et l'accompagnement, le conseil et le suivi, la formation et le financement.

²²HADRICH. A, « Les facteurs clés de succès de l'émergence entrepreneuriale », article AIMS, Clermont- Fernand, 10-12 juin 2013, PP 4-7

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

2.6.3. Succès entrepreneurial et préparation à la création

La préparation à la création est une étape primordiale pour le succès et le développement d'une entreprise. Durant cette étape, l'entrepreneur effectue plusieurs opérations, teste plusieurs alternatives et s'engage pleinement dans le processus de création.

A. l'entraînement à la création

Plusieurs auteurs insistent sur le degré d'importance de l'entraînement à la création d'entreprise. Cet entraînement pédagogique sera un simulateur de la vraie création. Selon Frank Lasch, Frédéric Le Roy et Said Yami (2005) « *les indicateurs pour une bonne préparation à la création sont nombreux ; L'entraînement, plan d'affaire, l'étude de la faisabilité technique et financière et les potentiels commerciaux de projet* »²³

Suite à leur étude que le nombre de mois, le type de préparation, et de l'élaboration d'un plan d'affaires pourront avoir un impact positif sur les chances de survie d'une entreprise nouvellement créée.

B. l'analyse du marché

Pendant la phase de départ, le créateur établit un plan marketing qui se compose de deux fenêtres ; la première est la réalisation d'une analyse de marché et la deuxième est le développement de stratégies de marketing. L'opération est faite pour satisfaire les besoins des clients potentiels nécessaires à la survie de l'entreprise.

C. le montage du dossier financier

Durant le cycle de vie d'une entreprise on prend beaucoup de décisions. Ceci pourra constituer un risque si ses dernières ne sont pas prises sur une base solide. D'ici le montage financier prend sa légitimité. Il sert, en effet, à quantifier les coûts et avantages des projets afin de faciliter la prise de certaines décisions.

Le dossier financier intervient après l'étude de marché et doit apporter la preuve que le projet est réalisable. Pour cela, il devra contenir un certain nombre de documents tels que le plan de financement (description des capitaux nécessaires et des pourvoyeurs), le compte de résultat sur trois ans (rentabilité de l'entreprise et bénéfices dégagés), le plan de trésorerie de la première année, et le calcul du seuil de rentabilité afin de déterminer le chiffre d'affaires envisagé peut couvrir les dépenses et si l'entreprise peut avoir suffisamment d'assise financière pour la soutenir lors de la phase de démarrage de l'activité.

²³HADRICH. A ; Op cité, 2013, P8

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

Section 03 : La création d'entreprise

La réussite de la création d'une entreprise exige une démarche rigoureuse et consciente, elle suppose de la part du futur entrepreneur des qualités et des capacités entrepreneuriales pour conduire de manière progressive et efficiente les différentes étapes du processus de création.

3.1. Définition de La création d'entreprise

Comme le souligne Julien et Marchesnay (1996) : « *la conséquence logique est que l'esprit d'entreprise suscite la création d'entreprise* »²⁴. Ainsi, le résultat ultime de l'esprit d'entreprise est la création d'entreprise. Plusieurs auteurs affirment que la notion de création est la caractéristique fondamentale de l'entrepreneuriat et des recherches qui lui sont consacrées.

3.2. Typologies d'une Entreprise

Les typologies d'entreprises permettent de mieux analyser les entreprises et de mieux comprendre le fonctionnement de l'économie.

3.2.1. Notions générale

Il existe une grande variété d'entreprise qu'il est usuel de classer selon quatre critères : le type d'activité, la dimension, la forme juridique et l'origine des capitaux.

Il est important préalablement à toute typologie de faire les distinctions suivantes :

- Entreprise et administration : l'entreprise vend des produits ou des services sur le marché alors que l'administration fournit des services non marchands qui ne se vendent pas sur un marché ou dont le prix de vente est inférieur à la moitié du coût de production ;
- Entreprise et groupe : le groupe est un ensemble d'entreprises contrôlées par une société mère ;
- Entreprise et établissement : l'établissement est une unité technique (boutique, magasin, usine, ...) appartenant à une entreprise. Il ne constitue pas une entité juridique autonome.

3.2.2. Classification des entreprises selon les critères économique

Il s'agit des critères de la nature de l'activité et de la dimension de l'entreprise.

²⁴ JULIEN. P-A et MARCHESNAY.M, Op cité, 1996, P 23

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

A- La nature de l'activité

La classification des activités la plus simple est celle des trois secteurs : primaire, secondaire et tertiaire. Ces catégories peuvent, elles-mêmes, être supervisées selon les besoins jusqu'aux catégories précises de produits ou de services élaborés par l'entreprise.

B- La dimension

La taille de l'entreprise peut se mesurer de différentes façons : par l'effectif employé, par le chiffre d'affaire annuel, par la valeur ajoutée créée, par les bénéfices réalisés, par la valeur des équipements productifs. Les indicateurs les plus utilisés sont l'effectif employé, le chiffre d'affaires et la valeur ajoutée.

- L'effectif employé : ce critère permet de distinguer les TPE (très petites entreprises) qui ont moins de 10 salariés, les PME (petites moyennes entreprises) qui ont entre 10 et 500 salariés et les grandes entreprises qui ont plus de 500 salariés.
- Le chiffre d'affaires : ce critère donne une idée de l'importance de transactions de l'entreprise ou du groupe avec ses clients.
- La valeur ajoutée : la valeur ajoutée constitue la véritable mesure de la valeur créée par l'entreprise. Ce critère est donc, en théorie, plus significatif que celui du chiffre d'affaires. En pratique il est moins utilisé.
- L'excédent brut d'exploitation : c'est le surplus dégagé par l'entreprise avant prise en compte de la dépréciation du capital technique et du financement. Il fournit également une mesure intéressante.

3.2.3. Classification des entreprises selon les critères juridiques : La forme juridique permet de distinguer les principaux types suivants

A- Les entreprises individuelles : dans lesquelles la personnalité juridique de l'entreprise se confond avec celle de l'entrepreneur.

B- Les sociétés de personnes : société en nom collectif (SNC) et société en commandite simple,

C- Les sociétés de capitaux : société par actions (SPA) et société en commandite par actions,

D- Société à responsabilité limitée (SARL) : est instituée par une ou plusieurs personnes qui ne supportent les pertes qu'à concurrence de leurs apports. Elle est désignée par une dénomination sociale,

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

à laquelle peut être incorporée le nom d'un ou plusieurs associés, et qui doit être précédée ou suivie immédiatement des mots (société à responsabilité limitée ou des initiales « SARL ») et de l'énonciation du capital social.

E- L'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL): cette forme juridique permet à un entrepreneur isolé de créer une SARL au sein de laquelle il est le seul associé cumulant ainsi les pouvoirs du gérant et ceux de l'assemblée générale.

Tableau n°03 : Les caractéristiques des principales sociétés commerciales

Nom de la société	SNC	SARL	SPA
Type de société	Société de personne	Société intermédiaire	Société de capitaux
Apporteurs	Associés	Associés	Actionnaires
Nombre d'associés	Au moins 2	2 à 50	Au moins 7
Rapport entre les associés	Considération des personnes	Considération des personnes	Capitaux
Nature des titres détenus	Part sociales	Part sociales	Actions
Capital minimum en DA	Aucune exigence	100.000,00	-Au moins 5 millions -Ou au 1 millions
Responsabilité des associés	Illimitée	Limitée aux apports	Limitées aux apports
Mode de gestion	Un ou plusieurs gérants	Un ou plusieurs gérants	Conseil d'administration et direction générale ou conseil de surveillance et directoire

Source : code de commerce Algérien 2015

3.2.4. Classification des entreprises selon la propriété du capital

Ce critère permet de classer les entreprises en deux catégories

- **Les entreprises privées :** entreprises individuelles ou sociétés dont les capitaux appartiennent à des personnes privées ;
- **Les entreprises publiques et sociétés d'économie mixte :** entreprises des statuts juridiques divers (établissement publics industriels et commerciaux, société nationalisées, société

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

d'économie mixte) dont le capital et le pouvoir de décision appartiennent en totalité ou en partie à l'État ou à des collectivités locales.

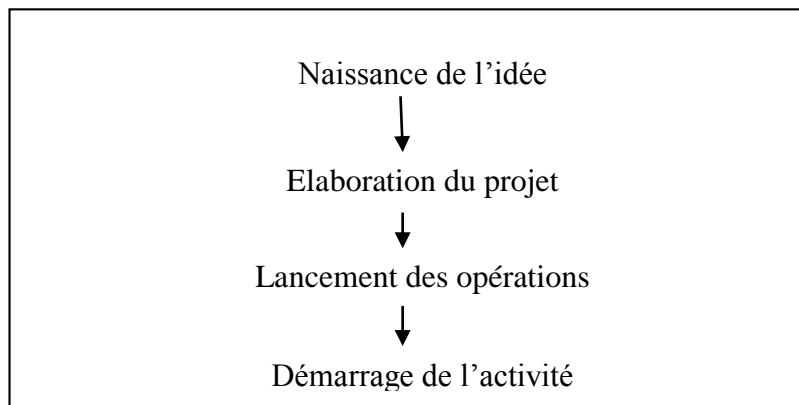
3.3. Les étapes de création d'une entreprise

La création d'une entreprise passe par la recherche, le recueil et l'analyse de très nombreuses informations.

Afin de mener le projet de création, il est nécessaire de suivre diverses étapes de façon chronologique. En effet, le respect de certaines méthodes favorise les chances de succès et de réussite. Ces étapes peuvent être quelque peu différentes selon la taille de l'entreprise.

Il existe plusieurs étapes pour créer une nouvelle entreprise par l'agence nationale de création d'entreprise comprend quatre phases principales à savoir : Naissance de l'idée, Elaboration du projet, lancement des opérations, démarrage de l'activité).

Schéma n° 01 : Les étapes du processus de création d'entreprise



Source : ALBERT.P ; FAYOLLE. A et MARION. S, « L'évolution des systèmes d'appui à la création d'entreprises » in revue française de gestion, N° 101, Décembre 1994, p 105

3.3.1. Naissance de l'idée

Tout projet de création d'entreprise repose sur une première idée qui peut être liée à nos compétences, nos savoir-faire, une opportunité sur un marché, ou encore, une envie. Cette étape passe par deux (2) périodes essentiels à savoir :

A. Période de gestation

C'est la période pendant laquelle une idée de projet naît, mûrit, s'affine et s'affirme. On a tendance à dire, en parlant d'une affaire qui a bien réussi, que son promoteur a eu une « idée géniale, idée lumineuse »²⁵. En réalité, aucune idée de projet n'est, à priori, plus intéressante ou plus sûrement réalisable qu'une autre, et celles qui finissent par se concrétiser, réussir et se développer sont celles qui répondent à de réelles opportunités d'investissements, celles qui font l'objet d'une étude

²⁵ BOUYACOUB.F., « L'entreprise et le financement bancaire », Ed Casbah, Alger, 2000, P 44

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

approfondie de faisabilités, de viabilité et de rentabilité, celles dans la concrétisation desquelles les promoteurs « investissent » corps et âme.

B. Pré-étude de faisabilité

La pré-étude de faisabilité est une ébauche écrite et chiffrée du projet. C'est la sous-étape qui vise à sortir le projet de sa phase conceptuelle.

Elle consiste à :

- collecter des informations sommaires sur le secteur d'activité et le marché ;
- déterminer, brièvement, le procédé de fabrication envisagé et les équipements nécessaires ;
- évaluer le montant approximatif des dépenses à effectuer et des recettes escomptées.

La pré-étude de faisabilité a donc pour objet de se faire une première idée du marché, de l'opportunité d'investissement, des équipements à acquérir, du coût global du projet et de sa rentabilité.

3.3.2. L'élaboration du projet

Une fois qu'on a vérifié l'adéquation entre le projet et les contraintes personnelles, on peut tester la faisabilité en réalisant une étude de marché.

A-Etude de marché

Cette étape permet de « mieux connaître l'environnement de la future entreprise et de définir la stratégie qui permet d'atteindre les objectifs »²⁶ de chiffre d'affaires. L'objectif de l'étude de marché a pour but de valider l'offre (produit et/ou services) et de recueillir des informations chiffrées pour élaborer l'étude financière en :

- Acquérir une connaissance approfondie du secteur dans lequel évoluera l'entreprise et des besoins réels de ce marché ;
- Définir, d'une manière plus précise, la nature et la consistance du bien et/ou du service que l'entreprise se propose de produire et d'écouler ;
- Déterminer la place que l'entreprise entend occuper dans ce secteur d'activité.

A-1 Les types d'études de marché : Il existe trois types d'études de marché :

A.1.1 L'étude exploratoire : elle permet de découvrir par exemple ce que pense la clientèle d'un projet ou d'un produit, la manière dont elle réagit et les conditions d'une utilisation efficace.

A.1.2 L'étude descriptive : elle permet de décrire et de caractériser quantitativement un domaine dont les composantes ou les caractéristiques à étudier sont déjà connues.

²⁶ Ibid., P 45

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

A.1.3 L'étude explicative : elle permet d'étudier sur une population les relations entre les différentes variables bien définies, comme les variables comportementales, pour savoir dans quelle mesure les premiers influencent les seconds, dans quel sens et dans quelle intensité.

A-2 Les caractéristiques d'étude de marché : Les caractéristiques d'études de marché sont les suivants :

A.2.1 Elle est prospective : Si elle tente de fournir un instantané précis, c'est dans le but d'indiquer les possibilités d'action commerciale, elle cherche donc constamment à tracer les évolutions possibles, les perspectives envisageables.

A.2.2 Elle se veut opérationnelle : Son but n'est pas seulement de décrire mais de fournir l'indication des moyens d'action possible, elle débouche donc sur la préconisation de créneaux de marché exploitables, et la recherche de la définition du marketing-mix le mieux adopté, définition des types des produits, du choix des moyens publicitaires et promotionnels, de sélection des circuits de distributions et de politique de prix.

A.2.3 C'est une œuvre commune : l'étude de marché n'est jamais l'œuvre d'un homme seul, en effet, s'elle n'a pas déjà effectué d'étude, disposer le plus souvent, d'une foule d'informations dans ces archives, de plus ses cadres peuvent être une mine de renseignements, même s'il est parfois nécessaire de s'assurer du caractère objectif de ces derniers .

B-Etude financière

Cette étape permet « d'identifier les besoins financiers »²⁷ à court, moyen et long terme sur trois à cinq années d'activité. Plus précisément, elle traduit en coûts les moyens techniques et humains nécessaires à la réalisation de l'activité et à sa pérennisation (investissement, achats de fournitures, charges salariales, etc.)

²⁷ BERTRAND Cousin, Guide de la création d'entreprises de Talence, www.talence.fr, Québec 2016

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

Tableau N°04: Les différents outils de financements

Outils financiers	Objectifs
Le plan de financement initial	Savoir si vous disposer des capitaux nécessaires au lancement de l'activité. Il s'agit d'identifier les besoins et ressources durables de l'activité.
Le compte de résultat prévisionnel	Vérifier que les recettes de l'activité, notamment le chiffre d'affaires, permettent de couvrir des charges financières, humaines et matérielles.
Le plan de trésorerie	Evaluer chaque mois d'équilibre des encaissements et des décaissements.
Le plan de financement à 3 ans	Evaluer la pérennité de l'entreprise à court terme en se projetant sur trois années.

Source : Guide de la création d'entreprises de Talence.

B.1 / Le plan de financement initial

Le plan de financement initial doit permettre de répondre aux deux questions suivantes :

- Quelles sont les capitaux nécessaires pour lancer le projet ?
- Pourrez-vous les réunir ?

Il s'agit donc de recenser :

Dans la partie gauche du tableau, les besoins de financement durables qui engendrent le projet

-Les frais d'établissements : il s'agit des frais permettant de constituer l'entreprise (frais d'immatriculation, de publicité...).

-Les investissements : il s'agit de la constitution de l'outil de production, de l'équipement de l'entreprise (droit au bail, brevet, acquisitions de matériels, versement de dépôts et cautionnement...).

-Le besoin de fond de roulement : avant de commercialiser, il faut acquérir un stock minimum puis dès le lancement de l'activité il faut accorder probablement des délais de règlement aux clients (créances clients), d'autre part la négociation des délais qui permettront de ne pas payer immédiatement les fournisseurs (dettes fournisseur). Il y aura donc une masse d'argent immobilisée et nécessaire à l'exploitation de l'entreprise appelée besoin de fond de roulement « BFR ».

Dans la partie droite du tableau, le montant des ressources financières durables qu'il faut apporter à l'entreprise pour financer tous ses besoins, c'est-à-dire les ressources apportées par le personnel (apports personnels) et celles trouvées en complément (prime, emprunt, subvention...).

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

Tableau n°05 : Le plan de financement initial

Besoin durables		Ressources durables	
Frais d'établissement		Capital social (ou apport personnel).	
Investissement HT		Comptes courants d'associés (s'il y a lieu).	
Besoin en fond de roulement BFR		Subvention de la prime d'équipement.	
		Emprunts à moyen ou long terme.	
TOTAL		TOTAL	

Source : Guide de la création d'entreprises de Talence, Bertrand cousin, Québec 2016

B.2/ Compte de résultat prévisionnel

Le compte de résultat prévisionnel doit permettre de répondre à la question suivante
L'activité prévisionnelle de l'entreprise va-t-elle générer un montant de recettes suffisant pour couvrir les charges entraînées par les moyens humains, matériels et financiers mis en œuvre ?

Il s'agit donc de recenser

-Dans la partie gauche du tableau, l'ensemble des dépenses (charges) de l'exercice.

-Dans la partie droite du tableau, les recettes (produits) de l'exercice.

-Et par différence entre les deux colonnes, de s'assurer que l'activité dégage un bénéfice suffisant.

B.3/ Plan de trésorerie

Le plan de trésorerie doit permettre de répondre à la question suivante

Les recettes encaissées par l'entreprise tout au long de l'année permettront-elle de faire face en permanence aux dépenses de la même période

Il s'agit de recenser tous les décaissements et tous les encaissements prévus au cours de la première année, en les ventilant mois par mois donc 12 clones

B.4/ Le plan de financement à 3 ans

Le plan de financement à 3 ans doit permettre de répondre à la question suivante

La solidité financière de l'entreprise prévue grâce au plan de financement se poursuivra-t-elle au fur et à mesure du développement de l'affaire

Il s'agit d'élaborer un tableau qui, pour chacune des trois premières années, mettra en évidence les besoins durables et les ressources stables de l'entreprise.

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

-Pour la première année il suffit de réintégrer le contenu du plan de financement initial en y incorporant les éléments nouveaux intervenus au cours de l'exercice, notamment les ressources propres générées par l'activité, c'est-à-dire la capacité d'autofinancement (CAF).

-Pour les deuxième et troisième années, il ne faudra prendre en compte que les éléments nouveaux apparus en besoins (durables) ou en ressources (stables) au cours de chacun des deux exercices.

Tableau n°06 : Le plan de financement à 3 ans

Besoins durables	N	N+1	N+2	Ressources durables	N	N+1	N+2
Frais d'établissement				Fonds propres			
BFR				(Apport personnel ou			
Augmentation du BFR				Capital social)			
Remboursement				Quasi fonds propres			
Annuel des emprunts à				(comptes courants			
terme				d'associés)			
Prélèvement de				Capacité			
l'exploitant (si				d'autofinancement			
entreprise individuelle)				Primes – subventions			
Dividendes distribués				Emprunts bancaires à			
(si société)				moyen ou long terme			
				Excédent			

Source : Guide de la création d'entreprises de Talence, de Bertrand cousin, Québec 2016.

❖ Calculer le seuil de rentabilité (point mort)

Il est également essentiel de calculer le seuil de rentabilité ou point mort qui représente le niveau d'activité qui permet, grâce à la marge réalisée (différence entre le niveau des ventes et les charges variables découlant implicitement du chiffre d'affaires) d'avoir les moyens de payer toutes les autres charges de l'exercice, c'est-à-dire les charges fixes.

Dès que les ventes dépasseront le point mort l'entreprise commencera à dégager des bénéfices.

Le seuil de rentabilité est un bon indicateur pour compléter l'approche réaliste du projet, car on peut le traduire concrètement en nombre d'heures à facturer, nombre d'articles à vendre en moyenne par jour (ou par semaine).

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

C- L'étude technique

En fonction de l'importance du marché et du poids qu'elle se propose d'avoir sur ce dernier. L'entreprise effectue des choix quant aux techniques de production et au type d'équipements à acquérir. « L'étude technique comprend, en conséquence »²⁸ :

- Une analyse et une description précise du processus de production choisi ;
- La détermination des principales caractéristiques des équipements à acquérir et notamment les capacités de production ;
- Une étude sur les caractéristiques et la disponibilité des matières premières nécessaires à la fabrication des produits ;
- Une étude sur le site d'implantation.

Les éléments de cette étude sont généralement interdépendants les uns des autres, l'étude technique doit aboutir au choix d'une technologie facile à assimiler et à maîtriser, capable de par ses capacités, d'assurer la production nécessaire à la satisfaction partielle ou totale des besoins du marché.

En fonction de la situation du marché et de ses perspectives d'évolution , le promoteur peut être amené à effectuer un choix entre l'acquisition d'un matériel perfectionné, sophistiqué et qui nécessite peu de main d'œuvre, ou l'utilisation de machines moins nombreuses et moins complexes avec le recrutement d'un plus grand nombre de travailleurs.

L'option pour l'une ou l'autre de ces alternatives dépend en réalité des perspectives d'évolution de la demande à court, moyen et long terme.

Si le bien à produire à une durée de vie longue et sure, l'automatisation de la production contribuera à la stabilisation des couts de revient.

Dans le cas contraire, et afin de pouvoir réinvestir en fonction de l'évolution de la demande, ou même de réorienter l'entreprise vers la production d'un autre type de produit, voir vers une autre activité, il est certainement préférable de donner une priorité à l'élément humain dans les facteurs de production.

²⁸BOUYACOUB Farouk., Op cit, P 47

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

D-Etude juridique

Il s'agit de la dernière étape de projet qui reste fondamentale car elle influera sur la pérennité de votre activité et sur votre rémunération. Ce choix s'effectue à partir de l'étude de faisabilité et de prévisions financières pour trouver le statut juridique qui sera légalement et financièrement le plus adapté au projet et à l'activité.

Quelle que soit l'activité exercée, vous avez le choix entre créer :

- Une entreprise individuelle (entreprise personne physique)
- Une société (entreprise personne morale).

3.3.3. Le lancement des opérations

A- La préparation de lancement : Il s'agit de s'assurer l'accord des organismes qui financent l'activité de la future entreprise ainsi que de ses principaux partenaires, puis d'établir le programme du lancement.

A-1 Les formalités de la création : les formalités de création « consistent en la déclaration de son activité auprès des organismes officiels pour obtenir une existence légale, selon les situations on relève d'autorités différentes »²⁹. Ses objectifs sont:

- déclarer son activité et demander son immatriculation ;
- au répertoire national des entreprises des entreprises (RNE) tenu par l'INSEE ;
- au registre du commerce et des sociétés (RCS), tenu par le greffe du tribunal de commerce pour les activités commerciales ou les sociétés ;
- au répertoire des métiers (RM) tenu par chambre de métiers et de l'artisanat (CMA) pour les activités artisanales

S'identifier auprès des administrations (services fiscaux et organismes sociaux) avec lesquels l'entreprise est en contact au quotidien

Obtenir une preuve de son existence pour continuer les démarches auprès de la banque, d'une agence immobilière, d'une assurance, d'un fournisseur

A-2 Mettre en place l'outil de travail : la mise en place des outils de travail se base sur les éléments suivants

²⁹ LEGER-JARNIOU. C et KALOUSIS. G, « La boîte à outils de la création d'entreprise », Ed Dunod, Paris 2013, PP120-121

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

- Installation des locaux ;
- Communication, publicité ;
- Organiser les moyens commerciaux et production.

B- Lancement des opérations et démarrage de l'activité

L'élaboration de projet était une étape exploratoire, plus longue et progressive, mais le lancement est une étape d'exécution, qui doit être courte et rapide, qui nécessite une disponibilité totale. Le lancement est un acte irréversible en traitement la prise d'engagements importants et par conséquent la responsabilité du créateur de l'entrepreneur.

B-1 Le démarrage de l'activité : Le démarrage de l'activité a pour objectif de

- Organiser l'entreprise sur le plan administratif et comptable ;
- Contrôler la réalisation des prévisions ;
- Mettre en place les outils de gestion.

B-2 Le tableau de bord mensuel permet de

- Suivre la bonne marche d'affaire pour une prise de décision efficace ;
- Mesurer l'avancement du réaliser par rapport au prévisionnel ;
- Mettre en place une procédure de remontée systématique et périodique de l'information ;
- Il se révèle être aussi un excellent outil de motivation.

3.4. Typologie de création d'entreprise

BRUYAT(1994) construit « une typologie qui met en évidence différents types de processus de création d'entreprise »³⁰. Deux dimensions permettent de distinguer quatre grands types de création d'entreprises.

La première s'attache à l'importance de la valeur nouvelle ou de l'innovation à la base de cette création, elle concerne l'environnement pertinent au projet.

La deuxième dimension tient compte de l'importance de l'effet de cette création sur l'entrepreneur (de peu de changements dans le cas où l'entrepreneur agit de la même façon qu'avant

³⁰FAYOLLE. A, Op cit, P 113

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

la création, à beaucoup, dans le cas contraire c'est-à-dire que la création transforme sa vie). Pour chacun des types, il est possible d'associer un niveau d'incertitude, donc de risques.

3.4.1. La création reproduction : Elle est caractérisée par une faible intensité du changement pour le créateur et une faible intensité de la nouveauté pour l'environnement. Dans ce cas le niveau d'incertitude n'est pas très élevé. La création reproduction c'est le fait de créer une entreprise ressemblant à connues. Les changements pour le créateur sont faibles car il a les savoir-faire et les relations utiles à son projet. Dans ce type de création, le créateur cherche à faire pour son propre compte ce qu'il faisait déjà dans son emploi précédent.

3.4.2. La création imitation : L'entrepreneuriat d'imitation crée peu de valeur nouvelle, mais permet au créateur de changer sa situation parfois d'une façon importante. Le créateur d'entreprise ne dispose pas de l'ensemble des ressources et des compétences nécessaires, il essaye de monter et de développer une entreprise en utilisant une formule bien établie. Le niveau d'incertitude correspond à la capacité du créateur à acquérir les compétences et les ressources nécessaires pour mener à bien son projet.

3.4.3. La création innovation-valorisation : Elle est caractérisée par une faible intensité du changement pour le créateur, mais la nouveauté est grande pour l'environnement. Cela signifie que le créateur crée une entreprise à partir d'une manière de faire ou d'un produit nouveau dont il possède les savoir-faire. Le niveau d'incertitude est fonction de la vitesse de pénétration de l'innovation dans son environnement (valorisation de la nouveauté par les clients).

3.4.4. La création innovation-aventure : Elle est caractérisée par une grande intensité du changement pour le créateur et une grande nouveauté pour l'environnement. Le niveau d'incertitude est très élevé et combine des aspects liés à l'apprentissage et à l'innovation. Ces situations de création sont très dynamiques, les imprévus et les aléas sont fréquents, conduisant le créateur et le projet à des adaptations et à des changements fréquents. Le projet se construit et se reconstruit en même temps que le créateur doit faire évoluer ses compétences et ses ressources.

La typologie de « création d'entreprise donnée par (Marchesnay et Julien 1996), concerne »³¹ :

-Un salarié qui crée son entreprise sans abandonner son emploi (en attendant qu'il soit sûr de la rentabilité de son entreprise) ;

-Entrepreneurs préfèrent le démarrage de leur entreprise pour la vendre ; D'autres préfèrent l'association avec un gestionnaire s'occupant de la gestion, pour qu'il puisse se consacrer à l'innovation.

Les types de création se diffèrent selon le secteur, l'environnement, le type d'idée nouvelle, l'expérience vécue et la façon de s'organiser et de trouver de l'aide.

³¹ Julien. P-A et Marchesnay.M, Op cité, PP 63-65

Chapitre I : **l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise**

- **Une idée nouvelle** : l'innovation peut concerner un produit, sa fabrication ou la façon de la commercialiser ;
- Une transformation de l'expérience acquise : la création peut être faite par un individu ayant des expériences dans des entreprises et qui veut se lancer dans sa propre entreprise en cherchant l'indépendance.
- **Seul ou en équipe** : la création d'entreprise peut se faire par un seul individu ou par une équipe, un innovateur et un gestionnaire par exemple, mais le problème posé lorsque le travail est fait par deux entrepreneurs autoritaires (chefs) et cherchent l'indépendance. Le partenariat est acceptable lorsque le degré de complémentarité entre les deux est fort ou chacun est maître dans son domaine.
- **Avec l'aide de l'extérieur** : la création d'entreprise peut se faire dans un incubateur (une pépinière d'entreprise ayant des services partagés...) ou par l'essaimage (les grandes entreprises qui veulent déléguer des activités marginales en les confiant à un employé), ou par un soutien par des organismes spécialisés qui aident les jeunes entrepreneurs et les encadrent pour mener à bien leurs entreprises et projets.

Chapitre I : l'entrepreneuriat, l'entrepreneur et la création d'entreprise

CONCLUSION AU CHAPITRE I :

L'entrepreneuriat est perçu comme un phénomène complexe et multidimensionnel. Il devient un moyen pour les milieux d'assurer leurs capacités d'innovation et leur compétitivité.

La définition de l'entrepreneur a connu une évolution à travers le temps cependant que la structure économique mondiale se transformait et devenait plus complexe. La notion d'entrepreneur s'est précisée et s'est élargie pour inclure des concepts tenant à la personne plutôt qu'à l'activité économique.

La création d'entreprise est devenue aujourd'hui le mot d'ordre en matière de développement, elle n'est rien sans l'entrepreneur innovateur. Ce dernier est celui qui crée des entreprises, contribue à leurs expansions, accepte l'incertitude, les risques et par son action accélère l'élaboration, la diffusion et la mise en œuvre d'idées nouvelles.

L'accompagnement accordé aux entrepreneurs, sa qualité peut générer ou pas une évolution dans le processus entrepreneurial.

Chapitre II : L'accompagnement à la création d'entreprise

INTRODUCTION AU CHAPITRE II

Il est reconnu que les entreprises qui ont bénéficié d'un appui pendant le processus de leur création sont plus pérennes que les autres entreprises, et de plus en plus, cet appui à un effet positif sur le développement et la rentabilité de ces entreprises, de ce fait, le nombre de structures d'accompagnement à la création d'entreprise a considérablement augmenté, au gré de l'intervention plus au moins appuyée des pouvoirs publics.

Au-delà des étapes de création, l'accompagnement permet de mieux appréhender la multiplicité des facteurs qui interviennent dans le processus d'élaboration et de mise en œuvre des projets de création ou de développement. Si les structures d'accompagnement locales mettent à disposition ressources, outils, réseaux. Nous pouvons supposer qu'elles influent également sur la représentation qui va construire l'entrepreneur à la fois de son projet de développement, de sa capacité à convertir ses savoirs en compétences entrepreneuriales, ainsi que la façon dont il va surveiller cet environnement.

Ce chapitre, traite en premier lieu des concepts fondamentaux de l'accompagnement entrepreneurial, et en second lieu les outils et mécanismes d'accompagnement à la création d'entreprise, et en dernier lieu les différents dispositifs et structures d'accompagnement entrepreneurial.

Section 1 : Concepts et fondements de l'accompagnement à la création d'entreprise

L'accompagnement entrepreneurial s'inscrit dans la perspective de l'aide au conseil à la création et au management stratégique, c'est une méthode fondée sur la décision et sur la systémique.

En fait, l'approche se veut collective et encourage le créateur ou le dirigeant à reproduire progressivement sa propre démarche intellectuelle dans le cadre des impératifs organisationnels et du contexte socio-économique générale.

1.1. Définition et étapes de l'accompagnement

1.1.1 Définition

Selon Le Larousse, l'accompagnement désigne « le fait d'aller quelque part avec quelqu'un, escorter, mettre en place des mesures visant à atténuer (réduire) les effets négatifs sur quelqu'un, ainsi l'accompagnement considéré comme « un processus qui consiste à « faire passer » une personne d'un état à un autre, voire à l'influencer pour qu'elle prenne des décisions. Or l'accompagnement vise à rendre le créateur autonome et accompagnant ne doit en aucun cas se substituer au créateur »³².

L'accompagnement du créateur peut également s'envisager à partir du concept de « réseau de soutien ».

Selon CUZIN et FAYOLLE (2004), l'accompagnement se présente comme une pratique d'aide à la création d'entreprise, fondée sur une relation qui s'établit dans la durée et n'est pas ponctuelle, entre un entrepreneur et un individu externe au projet de création à travers cette relation l'entrepreneur va réaliser des apprentissages multiples et pouvoir accéder à des ressources ou développer des compétences utiles à la concrétisation de son projet

Barès (2004) considère l'accompagnement comme « *capable de développer une compétence spécifique en amont des projets, c'est-à-dire une capacité d'intervention sur tous les aspects d'un projet, sans en isoler le juridique, le commercial, le financier et le social, et de suivre l'entreprise nouvellement créée* »³³.

³² KIZABA. G ; « Entrepreneuriat & accompagnement, outils actions et paradigmes nouveaux » Ed L'Harmattan, Paris, 2008 P.74

³³ Ibid. P.75

En pratique, nous considérons habituellement que l'accompagnement entant que processus d'aide au porteur de projet concerne trois étapes : l'accueil, l'accompagnement et le suivi post création. Idéalement, il vise à aider une personne ayant une idée de création d'activité afin qu'elle puisse : concrétiser son projet et devenir un chef d'entreprise autonome dans l'hypothèse où son projet de création s'avère viable, et dans le cas contraire, mettre en évidence des qualités personnelles ou professionnelles sur lesquelles cette personne pourra « rebondir » si son projet s'avère irréalisable.

1.1.2 Les étapes de l'accompagnement

A/ L'accueil : est un temps d'information, de sensibilisation et d'orientation ou de réorientation des porteurs d'idées. Il marque « le début du traitement de l'idée et laisse une grande place à l'expression du porteur, ce dernier se présentant et exposant son projet, puis détaillant plus au moins la formalisation écrite du projet et les informations déjà réunies »³⁴.

Dans cette étape, le porteur va tenter d'explicitier son idée et les accompagnants vont l'aider à clarifier cette idée.

Pour ce faire des informations vont être échangées et des informations peuvent être suivies, l'accompagnant va également réaliser un pré diagnostic du projet.

B/ L'accompagnement proprement dit : comprend l'aide au montage complet du dossier pour aboutir à présenter un business plan d'une part et à organiser un accompagnement³⁵ financier d'autre part. Des formations peuvent également être envisagées à ce niveau sur des points précis ainsi que des temps de rencontre avec l'accompagnant pour valider et construire le business plan.

Le Business plan : « *est un dossier synthétique de présentation d'un projet entrepreneurial, et une démarche d'analyse stratégique ayant permis de l'élaborer, il est composé d'un plan d'action détaillé et tente de démontrer la viabilité et la rentabilité de la future entreprise* »³⁶

L'accompagnement financier peut aller jusqu'à aider le porteur de projet dans ses démarches de négociation avec des porteur de fonds.

³⁴ BOUGHANEM. F, « L'entrepreneuriat féminin et son accompagnement : cas de l'accompagnement par l'ANSEJ des femmes entrepreneurs de la wilaya de Tizi-Ouzou », Thèse de magister, FSECG-UMMTO, 2008, P. 94

³⁵ Idem, P. 95

³⁶ FAYOLLE. A, « Entrepreneuriat, apprendre à entreprendre », Ed Dunod, Paris, 2004, P. 292

C/ Le suivie post-création : comprend toute les formes d'appui au chef d'entreprise visant à l'aider à mettre en place des outils de gestion adaptée, lui apporter des conseils pour la prise de décision, aussi « il s'agit bien d'une démarche qui comprend trois volets : l'accueil des créateurs, des prestation personnalisées et un suivi pendant une période plus au moins longue »³⁷

L'aider à définir et à réaliser sa stratégie commerciales, insérer son entreprise au mieux dans l'environnement la réalisation de ces missions présuppose une expertise technique de l'accompagnement pour valider la viabilité du projet.

Elle souligne également son rôle social même si certains le minimisent l'accompagnement implique, en effet, une mission social et un encadrement technique. Ces définitions et ces missions partagées par l'ensemble des accompagnants sont ensuite interprétées sur le terrain de manière fortement contrastée selon les dispositifs et les structures.

1.2 Les objectifs de l'accompagnement

Plusieurs objectifs peuvent sous-tendre l'accompagnement, à savoir :

- _ Apporter une réponse rapide et de proximité aux porteurs de projet ;
- _ Permettre aux acteurs de s'accaparer de la méthodologie de la création et, éventuellement, de suivre une formation ;
- _ Valoriser la démarche entrepreneuriale des créateurs, même si celle-ci ne devait pas aboutir, et préparer, le cas échéant, les personnes à passer de la sphère sociale à la sphère économique ;
- _ Veiller à ce qu'une évaluation des capacités des porteurs de projet et de leur projet soit effectuée tant par les acteurs mêmes que par les accompagnateurs ;
- _ Tendre à l'autonomie des créateurs donc des futurs chefs d'entreprise
- _ S'assurer de l'adéquation entre la personne et son projet ;
- _ Faire acquérir le capital social jugé minimum pour la pérennité du projet ;
- _ Dans cette optique, mettre en réseau le créateur avec ses partenaires commerciaux, financiers et industriels.

³⁷ KIZABA.G ; Op cité, P75

Section 02 : Importance de l'accompagnement à la création d'entreprise

L'accompagnement est considéré comme un dispositif qui vise à orienter, informer et aider un futur créateur à élaborer son projet en le conseillant, le formant et l'insérant dans les réseaux pertinents de la création. Afin que ce projet puisse se concrétiser et atteindre une certaine maturité.

2-1- Importance de la fonction d'accompagnement :

L'accompagnement est centré sur la personne, le travail d'un expert-comptable est par opposition centré sur une prestation technique, à l'unité peu importe l'identité, l'histoire, le projet de la personne qui amène ses comptes, l'expert-comptable ne se préoccupe pas de l'intégralité du projet mais du formalisme des comptes.

L'accompagnement passe par la prise d'autonomie de la personne, il est plus facile par ce qu'il est plus rapide de faire à la place d'une personne plutôt que l'aider à s'approprier une méthode. Ainsi, certain soi-disant prestataire d'accompagnement rencontre brièvement une personne.

L'accompagnement doit inclure la gestion de l'échec. Dès l'accueil, l'accompagnateur doit être prêt à gérer un refus vis-à-vis du porteur du projet. Une grande responsabilité est associée à cette gestion du refus.

Invalider un projet peut être perçu pour certains publics fragiles comme une remise en question de l'individu lui-même. Ici encore le porteur de projet ne doit pas avoir un simple technicien en face de lui, mais quelqu'un capable de faire prendre conscience des insuffisances du projet. De la même manière, si le projet n'obtient pas de financement, l'accompagnement doit travailler avec le créateur pour corriger le tir, tout en expliquant objectivement le pourquoi de l'échec sans tomber de la facile opposition : « organisme de financement capitaliste » contre « accompagnateur solidaire ». Enfin, si l'entreprise fait faillite, l'entrepreneur devrait pouvoir trouver de relais capable de l'accompagner dans une phase pénible tant au niveau juridico-administratif que personnel.

L'accompagnement doit être professionnel quel que soit le public. Il a existé une tendance, largement battue en brèche aujourd'hui, de considérer que l'accompagnement à la création d'entreprise par les chômeurs ou les personnes en difficultés d'écoutes relevait de compétences plus « sociales » qu' « économique ».

L'accompagnement relève de la gestion de projet, un projet après avoir été conçu est mis en œuvre. Hors, la majorité des dispositifs ne sont prévus que pour de l'accompagnement ante création (conception) et laissent de côté la réalisation (qui doit passer par un accompagnement pour création)³⁸.

2.2. Le rôle de l'accompagnement

Le rôle de l'accompagnant consiste en une transmission de connaissances spécifiques. L'accompagnant contribue à la définition des critères qui serviront de fondations à la décision de l'entrepreneur et à la distinction de l'information fiable et pertinente pour la poursuite du projet entrepreneurial. Il se doit d'adapter sa posture afin de cerner la personnalité de l'entrepreneur, ses compétences et savoir-faire, mais aussi comprendre sa situation particulière, ses enjeux. Il doit prendre en compte la dimension du projet et toujours adapter son approche et considérer que les organisations de petites tailles ne peuvent s'entendre comme un modèle réduit des grandes entreprises.

Cette approche doit l'aider à mieux appréhender le projet entrepreneurial et à identifier son avancement. Toutefois, si dans cette démarche, l'accompagnant épaulé et supporte l'entrepreneur dans sa quête d'informations il ne peut, ni ne doit, se substituer à lui dans la prise de décisions.

Section3 : Outils et mécanismes d'appui à la création d'entreprise :

Rarement les recherches entrepreneuriat ont fait la distinction entre outil (moyen ou instrument) d'appui et mécanismes d'appui.

Les outils d'appui sont généralement du ressort des structures et des organismes privés et publiques, alors que les mécanismes d'appui sont plus du ressort des pouvoirs publics et des gouvernements.

Bruyat a montré que sur chaque phase de processus de création et de développement des entreprises il existe des structures et des organismes d'appui qui interviennent avec des outils d'appui spécifique aux besoins des créateurs et des entreprises ;

Ces outils définissent généralement les objets de l'organisme ou de la structure d'appui.

³⁸ www.entrepreneuriat.com

3.1. Outil de l'accompagnement entrepreneurial

« L'accompagnement à la création d'entreprise utilise des différents types d'outils pour que le système d'aide soit complet et cohérent »³⁹ :

3.1.1. L'information

Une première forme d'action consiste à diffuser une information générale destinée au grand public sur le phénomène de création d'entreprise, sur la situation et l'importance de la création dans l'économie actuel sur les conditions de réussite et d'échec en matière de création.

L'information est disponible grâce aux chambre de commerce ou organismes spécialisés dans le traitement de l'information économique, financière ou juridique aux universités impliquées dans ce processus de lancement d'entreprises, aux revues spécialisées qui contribuent d'une manière très efficace grâce à la vulgarisation de l'information et à leur apport en conseils pertinents, souvent données par des spécialistes aux compétences indiscutables.

Sur le plan de l'information sur le marché, sur les produits ou les performances des entreprises par secteur, l'INSEE (Institution National de la Statistique et des Etude Economiques) en France, par exemple, met à la disposition des créateurs d'entreprises, des informations très détaillées. Cette disponibilité d'une information de qualité contribue considérablement à une meilleure prise de décision

3.1.2. La sensibilisation

Cette seconde forme d'action se caractérise par une information plus spécifique, destiné aux créateurs potentiels sur les créneaux possibles, les modalités de création d'entreprise.

L'objectif de cette information est de faire passer le public d'une attitude négative ou neutre à une réceptive, voir positive vis-à-vis de l'entrepreneur et de l'entreprise nouvelle.

Il existe divers pratiques de sensibilisation, ceci est certainement dû à la nécessité de prendre en compte plusieurs facteurs, tel que la culture, les habitudes, les coutumes, les connaissances, les habitudes spécifiques à la population visées. Nous présentons quelque unes de ses pratiques de sensibilisation les plus utilisés :

-Les actions pédagogiques (cours, modules et conférence) ;

³⁹ ALBERT. P, FAYOLLE. A et MARION.S, « L'évolution des systèmes d'appui à la création d'entreprises », In revue FG.n°101, Novembre_Décembre 1994.PP. 100_112

-Les manifestations associatives (conférence, journée d'information) ;

-Les actions initiatives (concours, subvention, prêts) ;

-Les actions de communications (campagne télévisé, radio, journaux)

3.1.3. La stimulation

Il s'agit maintenant d'information et d'actions plus orientées, destiné à mettre en lumière les avantages que l'on peut retirer d'une création d'entreprise au plan personnel.

On informera les créateurs potentiels et on les fera accéder à des avantages tels que primes, concours, aides financières. Cette démarche a pour objectif d'accélérer la prise de décision, de créer en levant les freins éventuels et en proposant des opportunités et des facilités.

3.1.4. La formation

La formation entrepreneuriale est aujourd'hui reconnue comme étant primordiale pour la bonne conduite des nouveaux projets entrepreneuriaux et pour améliorer des compétences des entrepreneurs.

Nous distinguons la formation générale des créateurs potentiels, personne qui a l'intention vaguement, ressenti d'être de nouveaux entrepreneurs et pour lesquels la formation est plus une sensibilisation qu'une étude approfondie du métier du nouvel entrepreneur, et la formation spécifique destiné aux créateurs révélés, c'est-à-dire aux personnes ayant un projet plus au moins défini. Cette formation spécifique prend très souvent la forme d'une préparation à l'action et d'une mise en garde vis-à-vis des obstacles qui vont se présenter lors des phases de création et de croissance risquée.

3.1.5. La préparation

À ce niveau nous nous situons aux frontières de la formation et du conseil, dans la mesure où la formation passe souvent par une assistance plus au moins personnalisée. Le formateur prend fréquemment la position du conseil pour l'élaboration du dossier de création.

3.1.6. Le conseil

L'intervention de conseil peut avoir lieu avant, pendant ou après la création. Elle concerne les plus souvent les domaines techniques, juridiques, financiers ou commerciaux.

Cette assistance vise à seconder le futur ou nouvel entrepreneur, à lui éviter les erreurs le plus fréquemment rencontrées, à l'informer des possibilités qui lui sont offertes, à redresser les erreurs qui ont pu être commises.

3.1.7. Le soutien institutionnel

Ce sont notamment les mesures administrative et fiscales proposées aux entrepreneurs et/ou aux entreprises dans le but de réduire les freins (allègement des formalités administrative ou juridique par exemple), ou de crée des encouragements par des mesures fiscales appropriées.

3.1.8. Le financement

Ces mesures sont destinées à remédier au problème le plus fréquemment évoqué en matière de création et de développement d'entreprise : l'absence ou l'insuffisance de capitaux propres ou de financements à long terme.

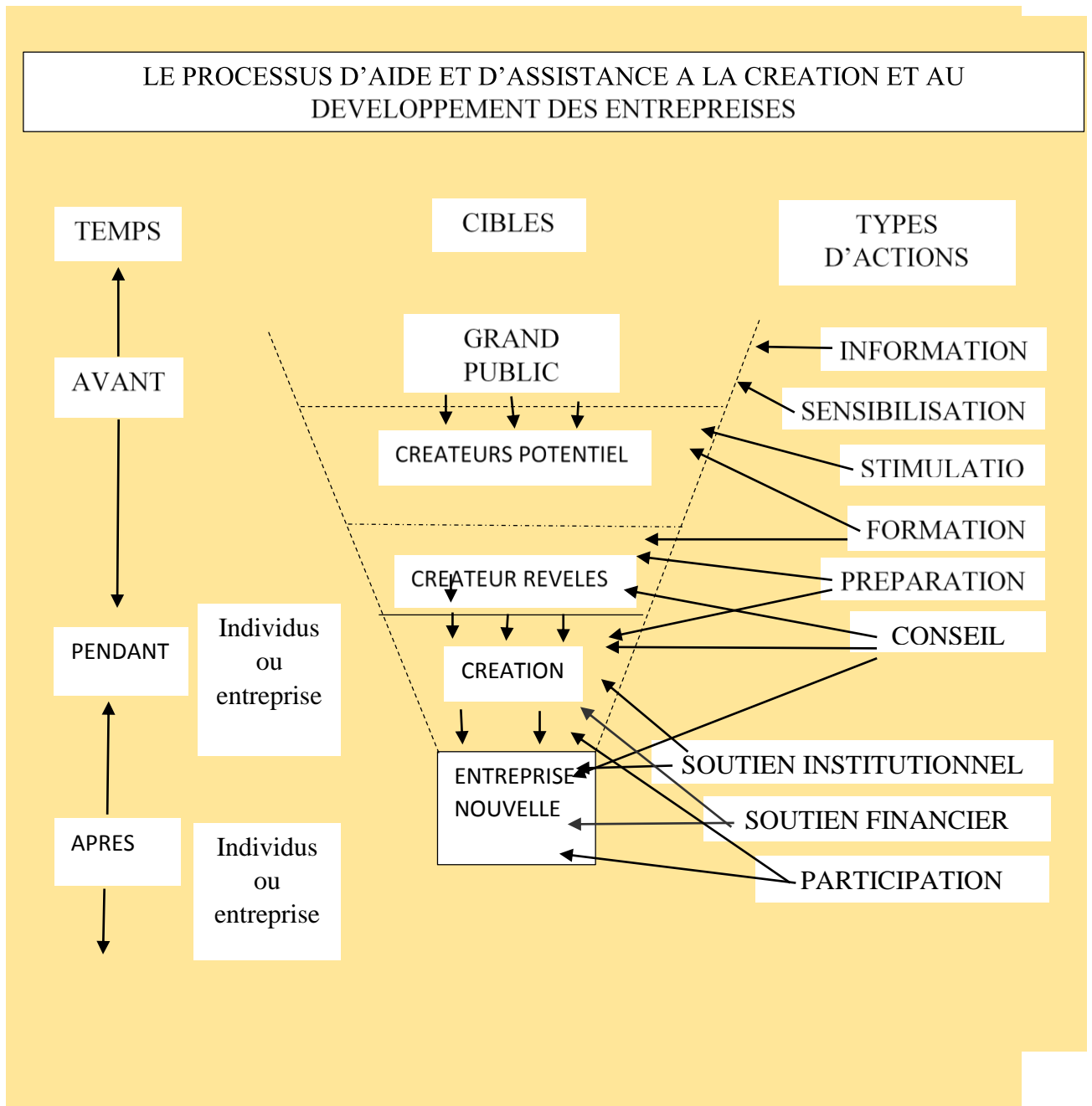
L'appui financier s'est beaucoup développé avec la vague de la création de start-up d'internet et des PME de haute technologie. L'objectif de l'appui financier est de subvenir aux besoins des créateurs au cours des phases critiques de pré création et de poste création.

Ainsi la notion de « financement d'amorçage » s'est peu à peu développée et diversifier dans le paysage entrepreneurial. Ces derniers temps, deux catégories de financement d'amorçage se sont institutionnalisées : les fonds d'amorçage projet et les fonds d'amorçage démarrage. A côté du financement d'amorçage d'autres pratiques privées d'appui financier se sont développées telles que le financement privés de personnes physiques connues, sous le nom de « business Angel » le financement privé a risque ou « le capital risque » et l'appui financier d'entreprises industrielles (clients, fournisseurs, partenaire).

3.1.9. La participation

Ce comportement est caractérisé par une interpénétration des actions des créateurs et des promoteurs. C'est le plus souvent l'association des financeurs et des créateurs qui implique la participation des premiers à la gestion de l'entreprise

Figure n° 01 : Le processus d'aide et d'assistance à la création et au développement des entreprises



Source : Maroc Benoun et Patrick Séricourt cité par Albert Philippe, Fayolle Alain et Marion Stéphane « L'évolution du système d'appui à la création d'entreprise » In revue FG n° 101, Novembre- Décembre, 1994, PP 107

3.2. Les mécanismes de l'accompagnement entrepreneurial

La plus part des mécanismes d'appui à la création d'entreprises, sont d'ordre politique comme les mécanismes d'appui financier (dons, subvention, crédit, primes d'aménagements), réglementaire (garantie, guichet unique, assouplissement des procédures), social (exonération des charges sociales), fiscale (dégrèvement, exonération fiscale, zone franche), logistique (constructions de pépinières d'entreprise publique, construction de pôle technologiques et de centre d'incubation).

3.2.1. Les mécanismes financiers

Il existe quatre types de mécanisme d'appui financier à s'avoir :

A. Les dons

C'est un abandon d'une somme d'argent ou d'une propriété d'un bien sans contrepartie réelle ou monétaire (gratuitement)

B. Les subventions

C'est une somme versé par les autorités publiques afin de venir en aide à une unité économique (entreprise, ménage, collectivité territoriale), pour la réalisation d'un objectif jugé économiquement et/ ou socialement souhaitable. Ainsi des subventions peuvent favoriser la création d'emplois, le maintien d'activités agricoles ou la création culturelle.

C. Les crédits

Mécanisme pour lequel une personne (débitrice) obtient un bien ou une somme d'un créancier en échange de la promesse d'un paiement différé de la contrepartie.

« Le crédit permet donc de consommé un bien produit par autrui avant d'en voir produit soi-même l'équivalent, il rend effective une demande, jusqu'à la virtuelle, et anticipe une production à venir qu'il faciliter, c'est un moyen essentiel de financement de l'économie »⁴⁰

D. Les primes d'aménagement

C'est une subvention d'équipement destiné à la promotion d'activités dans certaines zones du territoire national.

⁴⁰ BAZUREAU. F, BOSCH. S, CENDRON. J- P, COMBEMACE. P et FAUGERE. J-P, « Dictionnaire économie et de sciences sociales, Ed Nathan, Paris, 1989, P. 78.

3.2.2 Mécanismes réglementaire

Les mécanismes réglementaires sont présentés comme suit

A. Les garanties

C'est assurance une indemnisation en cas de risque comme il peut signifier un engagement à rembourser, c'est-à-dire solvabilité de l'emprunteur (client)

B. Le guichet unique

Il s'agit une institution très importante qui doit accomplir les formalités constitutives des entreprises et permettre la mise en œuvre les projets d'investissement.

C'est une institution décentralisée, puis qu'elle est créée au niveau de la wilaya, siègent en son sein les représentant locaux des agences de soutien à l'emploi de jeunes, des impôts, des domaines de l'urbanisme de l'aménagement de territoire et de l'environnement, du travail, ainsi que le représentant de l'APC du lieu où le guichet unique est implanté.

C. Les assouplissements des procédures

Intervention qui permet de rendre moins stricte ou plus tolérant les procédures liées à l'exploitation d'un projet.

3.2.3. Les mécanismes sociales

S'effectue par l'exonération de charges sociales, qui représente une suppression d'une part ou de la totalité des versements en espèces ou en nature que la loi oblige tout employeurs (entreprise, ménage, administration) à effectuer a une caisse officiel pour la couverture des besoins sociaux

3.2.4. Les mécanismes fiscaux

Les mécanismes fiscaux sont présentés en deux types a s'avoir :

A. Le dégrèvement

Réduction ou exonération accordées à titre exceptionnel ou durable à un contribuable ou à une catégorie de contribuable, ou bien c'est une remise total ou partiel d'impôt en vue de soulager certains catégories défavoriser, ou pour encourager certains comportements

B. Les exonérations fiscales

Suppression d'une part ou de la totalité d'une taxe ou d'une obligation liée à la fiscalité.

C. Les zones franches

C'est une zone géographique d'un pays bénéficiant d'avantages tel que l'exonération de charge fiscale.

3.2.5. Les mécanismes logistiques : C'est une fonction dont l'objectif est de satisfaire des besoins exprimés aux meilleures conditions économiques pour l'entreprise et pour un niveau de service déterminé. On trouve des différents type de mécanisme logistique à s'avoir

A. Les pépinières d'entreprises publiques

La pépinière d'entreprise est une structure d'accueil, d'hébergement, d'accompagnement et d'appui aux porteurs de projet et aux créateurs d'entreprise.

La pépinière est outil de développement économique local, elle offre un soutien au porteur de projet et au créateur d'entreprise jusqu'au développement de l'entreprise.

B. Les pôles technologiques

Synonyme de centre moteur mais peut désigner en terme concret une grande entreprise, une agglomération⁴¹, une région, un secteur, un pays qui exerce un pouvoir économique sur les autres, se manifestant par l'attraction des hommes, des capitaux et des marchandises et des effets de rayonnement, d'entraînement.

C. Les centres incubateurs

Structure d'accompagnement avec éventuellement participation au capital, pour les porteurs de projets et les fondateurs de l'entreprises, l'incubateur apporte des fonds d'amorçage, fournit des conseils et des actifs réels (locaux, réseau et matériel informatique)

Section 4 : Les dispositifs d'accompagnement à la création d'entreprise

En raison de contraintes économiques qu'a connue plusieurs pays du monde, notamment dans les années 1980, les gouvernements ont décidés de créer des programmes d'emplois, orientés principalement vers la création d'emplois, indépendants et touchant les jeunes.

4.1 Définition des dispositifs d'accompagnement à la création d'entreprise

Les dispositifs d'appui à la création d'entreprise, notamment en direction d'un public en difficulté, connaissent un essor particulier depuis une dizaine d'années. Des structures associatives et publiques côtoient désormais dans le champ de la création d'entreprise les

⁴¹ Agglomération signifie une forme particulière d'économie externe ou effets de voisinage positif

acteurs historiques et institutionnels qui sont les chambres de commerce et d'industrie et les chambre des métiers, ainsi que les acteurs privé spécialisée (expert-comptable, avocat)

4.2 Objectifs des dispositifs d'accompagnement à la création d'entreprise

L'objectif de ces dispositifs est d'inciter les chômeurs ou les sans-emplois à crée leurs entreprises pour favoriser leurs retour à l'emploi. Ils sont en cela aidés par des associations, coopératives et structures publiques, dont les métiers s'articulent autour de l'accompagnement et / ou du financement du projet, ces dispositifs présentent une double facette, ils apparaissent comme une voie possible de lutter contre le chômage et l'exclusion, et constitue un maillon de la politique de l'emploi : ils s'inscrivent donc dans le champ de la politique sociale.

4.3. Caractéristiques des dispositifs d'accompagnement à la création d'entreprise

L'OCDE (2001) présente un tableau de synthèse des dispositifs de promotions de l'entrepreneuriat chez les jeunes (voir tableau n°1). Les jeunes constitue en effet un public cible très soutenu par les différents programmes. Outre quelque nuance, la grande partie de ces dispositifs sont aussi utilisés auprès des autres publiques. Bien qu'il faille admettre « qu'aucun pays ne le met en œuvre dans son intégralité ».

Tableau N°07 : Les caractéristiques des dispositifs de promotion de l'entrepreneuriat

Formation hors du système d'enseignement ordinaire	Compétences en gestion des entreprises qualités d'entrepreneur
Aide au démarrage Aide au développement de l'entreprise	Financement : Capitaux : prêts, subventions, prix accès au crédit Soutien logistique : _ locaux _ équipement Idée Conseil et encadrement Soutien opérationnel : Planification Gestion opérationnelle Gestion financière
Formation de réseau	Association nationales et internationales
Transfert entre génération	De connaissances à travers le conseil d'entreprises et activité lors du départ à la retraite

Source : selon le site www.ocde.2001

Pour **Howard** trois types de soutien facilitent le démarrage : le soutien financier, le soutien stratégique et le soutien commercial. De son côté Barès identifie trois axes pour faciliter l'accès à la création d'entreprise : l'appui financier, le développement d'un réseau conseil et le soutien logistique.

Dans le cas d'une création ex-nihilo, le soutien fait appel aux conseils stratégiques, financiers, juridiques et fiscaux et à la mise en place de toutes les politiques fonctionnelles (production, communication, ventes, gestion ou ressources humaines).

Pour **Maggioni** et **Al**, les mesures recherchent deux objectifs : d'une part former et encourager les gens à devenir entrepreneur, et d'autre part diminuer les coûts liés aux activités entrepreneuriales (réduction de taxe, incubateur, information, prêt, garantie et subvention).

Nous pouvons ainsi dire que les mesures visent l'accès à trois types de capital : le capital financier, le capital humain, et le capital social.

Le premier, relève davantage de mesures gouvernementales nationales, qui permettent aux entrepreneurs d'avoir accès à des fonds divers sous formes de subventions ou autres. Les deux autres, quant à eux, sont souvent l'affaire du milieu local. Ce sont donc les agents locaux qui ont la responsabilité de cette acquisition. Par le biais des programmes de formation et de suivi par des conseillers par exemple, les entrepreneurs peuvent acquérir de nouvelles compétences (capital humain), de même qu'être mis en relation avec divers réseaux (capital social).

Sous l'influence croisée de ces agents, le territoire peut connaître de notables transformations pour s'assurer une dynamique économique favorisée par les pratiques d'accompagnement Cet accompagnement entrepreneurial, il s'inscrit dans la perspective de l'aide au conseil à la création et au management stratégique. Il s'agit d'une méthode fondée sur l'heuristique de décision et sur la systémique.

Les démarches d'accompagnement à la création d'entreprise sont désormais courantes et font partie des préoccupations socio-économiques locales. Les actions collectives de sensibilisation à la création d'entreprise et d'accompagnement des créateurs émanent de cette nécessité de dynamiser le territoire local.

4.4 Les structures d'accompagnement d'entreprises

Plusieurs chercheurs de différentes disciplines se sont intéressés aux divers mécanismes d'appui à l'entrepreneuriat afin de décrire, de comprendre et d'explorer ces divers facettes. Les premières recherches sur les systèmes d'appuis à l'entrepreneuriat ont principalement porté sur les structures d'accompagnement, de conseil et d'hébergement aux Etats-Unis comme les incubateurs et les pépinières d'entreprises.

Les pratiques d'incubation de projets et d'entreprise se sont très vite développées et ont acquis une légitimité dans le paysage économique des États-Unis et de quelque pays européen.

Il est important de faire une distinction entre deux types de mécanismes d'accompagnement à la création d'entreprise : les incubateurs et les pépinières.

En France le terme « incubateurs » s'applique aux structures d'appui aux entreprises avant leur création, et le terme « pépinière » s'applique aux structures d'appui aux entreprises après leur création. De ce fait les incubateurs se positionnent au début de processus de création d'entreprise, les pépinières trouvent leur place à la fin de la période d'incubation, c'est-à-dire après le processus de création.

4.4.1. Les incubateurs d'entreprises**A. Les deux vagues de création des incubateurs**

La création des incubateurs passe par deux périodes essentiels a s'avoir :

A.1. La période de lancement des incubateurs de développement économique local 1980-1997

Dans chaque pays, « les incubateurs sont nés d'initiatives individuelles locales, pour répondre à un problème spécifique de régénération ou d'expansion d'un territoire. la fonction immobilière a été la première afin d'offrir des conditions d'hébergement favorables aux jeunes entreprises, les fonctions complémentaires de services d'accompagnement et de conseil se sont développés progressivement »⁴².

⁴² ALBERT. P, BERNASCOULM et GAYNOR. L, « Incubateurs et pépinières un panorama international », Ed L'Harmattan, Paris, 2003, P15

Ce modèle d'activation économique s'est peu à peu diffusé, souvent encouragé par des collectivités locales qui cherchent à résoudre un problème d'image.

Au début de cette période, la plupart des incubateurs bénéficiaient de subventions publiques nationales ou locales, de programmes européens, de l'appui de grandes entreprises, de banques et organismes locaux divers.

A.2. La deuxième période : croissance et diversification des modèles d'incubateurs

Cette phase qui est en cours, a été marquée par plusieurs phénomènes : l'explosion des incubateurs privés à but commercial et notamment des incubateurs internet lancés par des entreprises indépendantes, des financiers, voire des grandes entreprises.

« Ces catégories d'incubateurs privés, associés à internet, puis à d'autres technologies ont bénéficiés d'une très forte médiatisation et d'un engouement excessif pendant les années de croissance suivies d'une méfiance tout aussi marquée depuis le dégonflement de la bulle. »⁴³

Cet engouement lié à la mode a poussé de nombreuses structures d'appui, de conseil ou de financement de jeunes pousses à s'appeler incubateurs terminologie qui a été souvent rejetée, quelques mois plus tard, par ces protagonistes qui ne voulaient plus de cette étiquette.

Parallèlement, les incubateurs issus du monde académique et des centres de recherche ont connu une nouvelle phase de développement grâce aux nouvelles politiques d'innovation au niveau européen et au niveau des États, ainsi qu'à l'attrait vif des étudiants pour les Start-up

Ce renouveau d'intérêt a permis, en parallèle, de consolider l'intérêt des incubateurs de développement économique local activé par les pouvoirs publics locaux, enfin les grandes entreprises se sont davantage intéressées à l'incubation (corporate incubateur). Cette deuxième vague s'est donc caractérisée par l'intervention d'un grand nombre d'acteurs divers et nouveaux qui se sont intéressés à l'incubation d'entreprises, pour renforcer ou diversifier leurs activités.

⁴³ ALBERT. P, BERNASCOULI M et GAYNOR. L ; Op cité, P 16

B. Définition d'incubateur

Le ministère de la recherche Français et le National Business Incubation Association(NBIA) proposent deux définitions proches.

Pour le premier « *un incubateur d'entreprises innovantes est un lieu d'accueil et d'accompagnement de porteurs de projets de création d'entreprises innovantes, il offre à ces derniers un appui en matière de formation, de conseil et de financement, et les héberge jusqu'à ce qu'ils trouvent leur place dans une pépinière d'entreprises ou des locaux industriels* »⁴⁴

La NBIA définit l'incubateur comme suit « *les incubateurs d'entreprises aident les entreprises en création en fournissant divers services de support tels que l'aide dans le développement des plans d'affaires et de vente, la construction de l'équipe de gestion, l'obtention de capital, et l'accès à une gamme de service professionnels plus spécialisés* »⁴⁵

Pour l'encyclopédie, en économie, un incubateur est un « *structure créée par de grands groupe, réunissant des Start-up dont ils financent le lancement ou dans lesquels ils prennent des participations pour en favoriser la croissance* »

Pour Culp, un incubateur est comme un facilitateur, sponsorisé par des acteurs publics ou privés. Au sein duquel les petites entreprises coexistent dans un environnement consolidé jusqu'à ce qu'elle deviennent capable survivre indépendamment, cet environnement consolidé est créé en offrant sur le site des services de soutien et un espace flexible à un prix de location inférieur à la valeur du marché.

Toutefois, les incubateurs sont des structures d'accompagnement de projets de création d'entreprises innovantes. Les premiers incubateurs ont été créés par la loi sur l'innovation et la recherche du 12 juillet 1999 qui en a réparti vingt-huit sur tout le territoire français. L'objectif était de valoriser la recherche en soutenant les entrepreneurs qui créaient dans ce domaine, les porteurs de projets qui s'adressent à un incubateur font souvent partie du secteur de la recherche, ils sont chercheurs, enseignants, docteurs ou bien étudiants.

⁴⁴ PATUREL. R, « Dynamiques entrepreneuriales & développement économique »Ed L'Harmattan, Paris, 2007, PP 73-74

⁴⁵Idem P. 74

L'incubateur peut apporter un appui en termes d'hébergement, de conseil et de financement

Un incubateur s'adresse à des sociétés très jeunes ou encore en création, et leur propose un ensemble de services adaptés. Il a pour rôle de suivre le porteur de projet, de son élaboration à sa concrétisation

Généralement les incubateurs sont mis en place par des établissements d'enseignement supérieur ou de recherche. Il offre la possibilité aussi d'un hébergement à moindre coût sur des sites scientifiques, des technopôles qui facilitent le contact.

C. Le but d'incubateur

L'incubateur a pour but de :

- Créé une synergie entre plusieurs facteurs (talent, technologie et connaissance) ;
- Développé les comportements entrepreneuriaux ;
- Accéder à la commercialisation de la technologie ;
- Encourager le développement de nouvelle entreprise
- Les incubateurs permettent aux universités le maintien de lien avec le monde commercial ;
- La commercialisation des recherches et le transfert de technologies.

D. Le processus d'incubation

Il existe trois catégories d'incubateur à savoir :

D.1. La phase de pré-incubation

C'est une phase assez courte qui est décrite comme une préparation à l'entrée dans un organisme d'incubation ou dans la phase d'incubation, cette phase porte sur une préparation initiale des éléments qui doivent être développés dans la phase d'incubation.

A la fin de la phase de pré-incubation, l'incubateur ou l'organisme de sensibilisation et le porteur de projet, préparent ensemble le dossier d'entrée en incubation qui sera évalué par un comité de sélection. C'est une première étape de formalisation du pré projet, qui permet notamment de cibler les besoins en termes d'accompagnement et de prestation externe nécessaires.

Autrement dit ce sont des structures qui incubent des idées de projet, qui maternent des idées d'affaires, leurs finalité est de convertir ces idées en projet d'entreprises.

D.2. La phase incubation de projets : Une fois le projet est validé dans le dispositif, son porteur entre dans la phase effective d'incubation. Dans cette étape, l'incubateur a pour mission

principale d'accompagner le porteur, dans la construction globale de son projet, jusqu'à la constitution de son entreprise.

En effet, les porteurs de projet sont amenés à former une équipe basée sur des compétences complémentaires, cette équipe est assistée pour réaliser un ensemble d'études d'évaluations préalable à la rédaction du plan d'affaires « évaluation du marché »⁴⁶, de « la faisabilité »⁴⁷ et de « la rentabilité »⁴⁸.

L'objectif de ces études est de chercher les informations nécessaires à la rédaction du plan d'affaires, ce document comporte deux parties fondamentales à savoir :

- **La planification stratégique** : d'une part c'est la présentation de l'entreprise dans sa globalité (offre, les clients et l'équipe), et d'autre part, une formalisation des objectifs stratégiques de ventes, de part de marché et de rentabilité.
- **La planification opérationnelle** : décrit les moyens de commercialisation et de communication, les ressources matérielles et immatérielles disponibles et l'ensemble des compétences nécessaires pour atteindre les objectifs stratégiques.

D.3. La phase de post-incubation :

Cette phase correspond au démarrage ou à la croissance des nouvelles entreprises créées. Dans le cadre des activités technologiques, le délai entre le démarrage de l'entreprise et l'arrivée sur le marché des premiers produits est typiquement plus long que pour l'entreprise traditionnelle. On estime entre 1 à 3 ans pour les technologies de l'information et entre 5 à 15 ans pour les sciences de la vie, pendant cette période ces entreprises ont besoins d'un suivi important en termes de financement et des allègements de frais et de coûts d'administration.

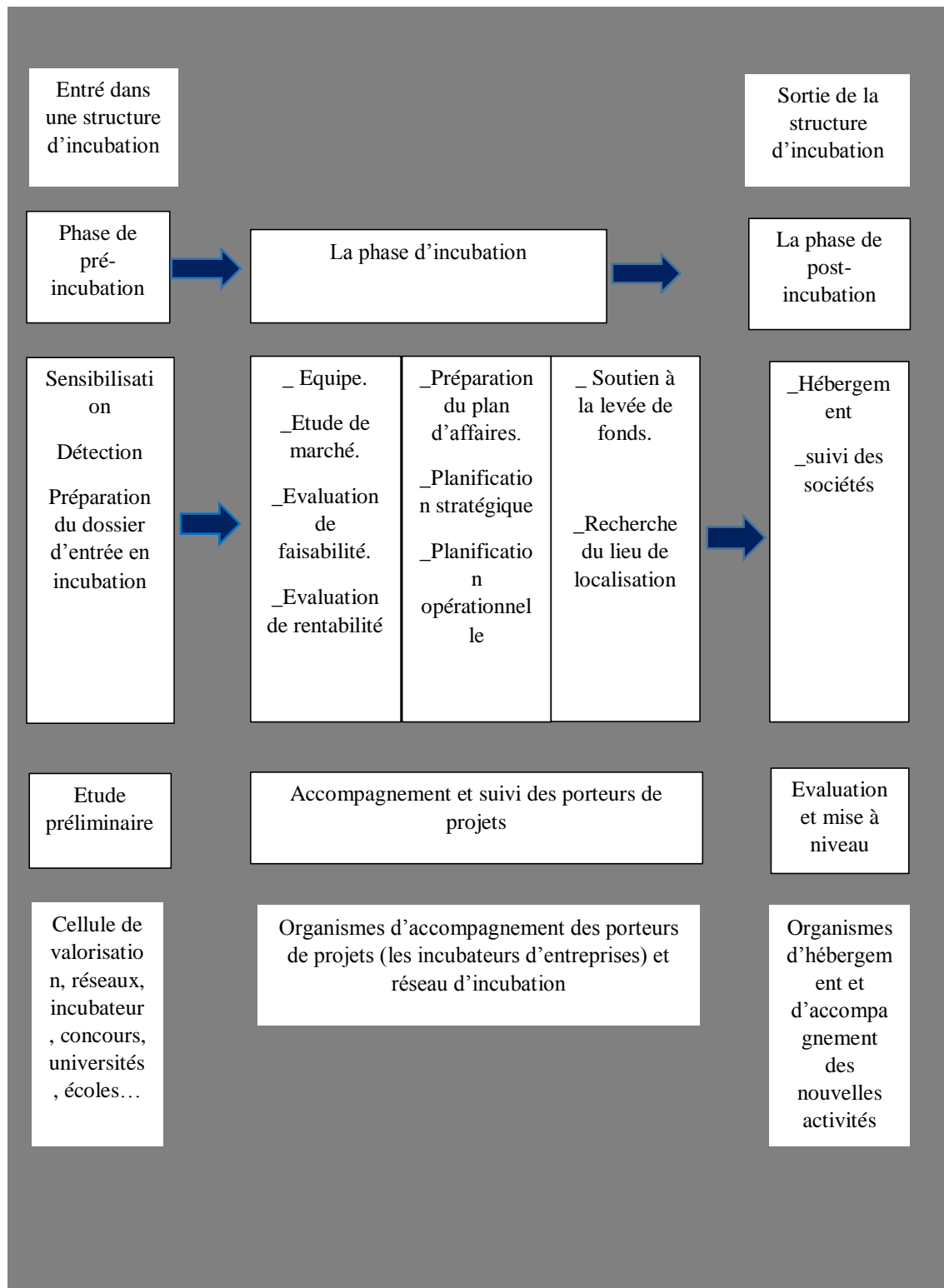
Ainsi, certains organismes d'appui post-incubation hébergent et financent (frais d'installation et administration) les jeunes poutres et les appuient pour réussir les levées de fonds.

⁴⁶ L'étude de marché : permet d'évaluer la demande globale pour le produit ou le service offert, les clients potentiels, le prix de vente optimal et les ventes potentielles

⁴⁷ L'évaluation de la faisabilité : passe en premier lieu par la réalisation d'un prototype pour connaître et calculer les coûts unitaires qui seront confrontés avec le prix de vente optimal étudié lors de la phase d'évaluation du marché.

⁴⁸ L'évaluation de la rentabilité : permet d'estimer les frais fixes, les frais variables, le coût unitaire de produit et de fixer son prix de vente sous la contrainte de marché.

Figure 02 : Le processus d'Incubation des entreprises



Source : PATUREL Robert ; « Dynamiques entrepreneuriales & développement économique » Ed L'Harmattan, Paris 2007, P 84

4.4.2 Les pépinières d'entreprises**A. Définition**

Bruyat a défini la pépinière d'entreprise comme étant « *une structure proposant des locaux et des services en commun pour des entreprises nouvelles afin de les soutenir pendant leur phase de démarrage* »⁴⁹

Pour l'encyclopédie Larousse, le terme, « pépinière » se définit comme une « *structure d'accueil temporaire proposant des locaux, des aides et des services adaptées aux besoins spécifique des entreprises en création ou en nouvellement créées* »

En effet, une pépinière d'entreprise est une structure qui va accueillir, héberger et accompagner le porteur d'un projet et son entreprise. Un ensemble de services est mis à sa disposition: Bureaux, conseils spécialisés, secrétariat, moyens logistiques.

Cela permet d'alléger les contraintes en ce qui concerne l'installation de l'activité.

Les pépinières proposent, en effet, un double accompagnement aux jeunes entreprises : d'une part un accompagnement individuel, par des entretiens formalisés à un rythme trimestriel au moins, et une mise en réseau avec des contacts utiles, et d'autre part un accompagnement collectif par des animations thématiques, comme des miniconférences, mais aussi par le simple fait de se retrouver entre chefs d'entreprises autour de la machine à café.

B. Les catégories de pépinières

En 1992, Bruyat a distingué deux catégories de pépinières, les pépinières de projet et les pépinières d'entreprises ou pépinières avec murs, il a montré que ce sont deux structures qui agissent de façon radicalement différente avec des logiques d'actions propres.

B.1. Les pépinières de projet

Ce sont des structures qui accueillent des créateurs avant la constitution de leur entreprise et mettent à leur disposition des appuis diversifiés et adaptés à leurs besoins.

Pour Bruyat, une pépinière de projet n'est autre qu'un indicateur. C'est un organisme d'entraînement au métier de chef d'entreprises qui apport d'une pépinière de projet est avant tout d'un apport en matière grise et en réseau relationnel

Les pépinières de projet forment, et accompagnent les porteurs de projet dans le but de limiter les risques d'échecs et d'accroître les capacités de développement des futures entreprises.

⁴⁹ PATUREL. R ; Op cité, P 69

B.2. Les pépinières d'entreprises

Sont des structures qui accueillent des entreprises après leur création effective et proposent des services, en générale marchands, indispensables au développement des jeunes organisations. Elles peuvent être généralistes, industrielles ou innovantes, de nouvelles technologies. Elles offrent essentiellement des locaux avec des conditions particulières de location et la possibilité d'utiliser des services partagés.

L'évolution des pépinières d'entreprises fait apparaître de nouvelles fonctions telles que les services de conseils et d'aide en management ou en technologie.

C. La fonction des pépinières

Les pépinières a pour but de :

- _ Mettre à disposition des locaux modulaires (en location à durée limitée) ;
- _ Un accès aux services à des coûts partagés ;
- _ Un recours possible a des services d'aides en management ou en technologie, ainsi qu'une mise en relation avec les milieux d'affaires ou scientifiques ;
- _ Faciliter le démarrage des jeunes entreprises et de limiter les risques d'échec ;
- _ Un lieu d'échange inter-entreprises et de soutien morale animé par une équipe de direction.

D. Objectifs des pépinières

« Les principaux objectifs visés par la pépinière sont en rapport avec sa nature, son statut et ses promoteurs. Nous distinguons principalement deux niveau d'objectifs, celui des créateurs et celui de la région.»⁵⁰

D.1 Au niveau de créateur et de son projet

Le service principal offert par une pépinière d'entreprise est le soutien logistique (hébergement, secrétariat et services administratif) ses objectifs principaux sont :

- _ Renforcer les chances de succès et de développement des jeunes entreprises en facilitant leur démarrage (au moins au niveau financier, en diminuant certain coûts tels les loyers et les prestations logistique) ;
- _ Limiter les risques d'échec des jeunes d'entreprises les cinq premières années d'activité.

D.2 Au niveau de la région

Les objectifs de la pépinière au niveau local sont comme suit :

- _ La contribution au développement économique local par le soutien des créateurs et des entreprises nouvelles ;
- _ La création de nouveaux emplois ;

⁵⁰ PATUREL. R; Op cité, P 71

_ La mise en place d'un réseau local d'échanges inter-entreprises et ainsi l'incitation aux transferts de compétences et de technologies ;

_ Le développement d'une notoriété et ainsi d'une bonne image pour la région afin d'attirer les porteurs de capitaux.

4.5 La différence entre incubateur et pépinière

Le terme incubateur est généralement réservé aux structures d'accueil et d'accompagnement de porteurs de projets de création d'entreprises, et celui de pépinière aux structures d'hébergement d'entreprises récemment créées.

Ainsi les incubateurs se positionnent en amont de la création d'entreprise. Les pépinières trouvent leurs places à la fin de la période d'incubation, c'est-à-dire en aval du processus de création effective de l'entreprise.

CONCLUSION AU DEUXIEME CHAPITRE

En conclusion, nous soulignons l'importance des structures d'accompagnement dans le processus entrepreneurial (allant de la pré-crédation jusqu'à la création et à la poste création).

Dans un contexte caractérisé par la libéralisation des marchés, la transition vers l'économie de marché, la croissance du chômage. Les pouvoirs publics sont davantage poussés à intervenir en faveur de la création d'entreprises et à l'accompagnement des différents catégories de porteurs de projet de création d'entreprises.

Ainsi, l'appui à la création d'entreprise s'est développé et s'est diversifié afin de répondre aux différents besoins des entrepreneurs potentiels, qu'il soit homme ou femme.

Même si les pratiques de l'accompagnement se sont développées depuis un peu plus de vingt ans dans les pays développés elles restent à leur phase primaire dans les pays sous-développés.

Ce sont les pays développés qui mettent à la disposition des jeunes créateurs une panoplie de moyens pour les conseiller, orienter, informer, accompagner, assister et soutenir. Il est donc utile de montrer l'étendue de l'écart, aussi bien sur le plan quantitatif, que qualitatif, entre ce qui est offert aux jeunes créateurs d'entreprises dans les pays développés et ce qui est proposé à un jeune Algérien.

Chapitre III : l'accompagnement à la création
d'entreprise en Algérie

CHAPITRE III : L'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie

INTRODUCTION AU CHAPITRE III

L'entrepreneuriat est devenu aujourd'hui un enjeu majeur pour la quasi-totalité des pays, notamment en Algérie. Les divers avantages qu'il génère justifient l'intérêt grandissant qu'il provoque. Par ailleurs, à côté de sa condition dans la création d'emplois et du renouvellement du tissu économique, l'entrepreneuriat peut apporter de l'intérêt aux individus qui peuvent trouver des situations entrepreneuriales les sources de satisfaction.

En Algérie, les petites et moyennes entreprises constituent la grande partie du tissu économique.

La création des entreprises ne cesse d'augmenter en Algérie qu'avec la création des dispositifs notamment ANSEJ en 1996 qui suite aux mesures d'accompagnement apportées par l'Etat algérien.

La petite et moyenne entreprise joue un rôle important dans la vie économique, elle est considérée comme une cellule de richesse, une source de satisfaction aux besoins économique et sociaux en matière de croissance économique et d'absorption de chômage.

Dans un contexte de libéralisation et de transition de l'Algérie vers l'économie de marché et la croissance du chômage, les pouvoirs publics se trouvent dans l'obligation d'intervenir en faveur de la création d'entreprise et l'accompagnement de différentes catégories de porteurs de projets et de création d'entreprises.

Au long de ce chapitre intitulé l'accompagnement à la création d'entreprises en Algérie, nous avons présenté dans un premier lieu l'entrepreneuriat en Algérie, le second lieu, la PME Algérienne. Enfin nous avons focalisé notre intérêt par, les organismes d'accompagnement à la création d'entreprise.

CHAPITRE III : L'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie

Section 01 : L'entrepreneuriat en Algérie

Après de longues années de prohibition, l'Etat algérien a complètement modifié son comportement vis-à-vis de l'investissement privé. De l'Etat investisseur des années 1970 et 1980, il devient un Etat incitateur à partir des années 1990. Cette apostasie se justifie par la crise économique qui a réduit la capacité budgétaire de l'Etat, sous l'égide d'un plan d'ajustement structurel

1.1. Evolution et historique de l'entrepreneuriat en Algérie

La création d'entreprises est une expérience particulièrement intéressante qu'elle a acquise tout au long des quatre dernières décennies. Il s'agit d'une expérience intervenue dans un pays qui a hérité à l'indépendance d'un nombre peu significatif d'entreprises gérées par des nationaux et qui fut donc à ses débuts un moment de véritables apprentissages pour les créateurs d'entreprises et les institutions d'appui ; cette expérience se déroula en deux phases assez bien délimitées dans le temps.

1.1.1. L'entrepreneur de l'Algérie indépendante

Cette période est divisée en deux sous périodes sont les suivantes :

A. Les décennies 1960-1970 : La création d'entreprise ou l'Etat entrepreneur

Juste après l'indépendance, l'Algérie s'est engagée dans un ambitieux programme de développement visant à assurer la transformation locale des richesses et à accroître leur utilisation à l'intérieur de l'économie. L'objectif principal de la politique de développement suivie est de transformer l'économie algérienne en y implantant une industrie de base, en procédant à des transformations des rapports de propriété au sein de l'agriculture et en maîtrisant le commerce extérieur à l'aide des instruments de l'Etat.

L'Etat comme instrument de réalisation et de réussite du projet du développement économique et social se voit confier trois fonctions essentielles : une fonction économique en tant que « grand entrepreneur » devant mettre en place et conduire une économie étatique moderne ; une fonction sociale distributive faisant de lui un Etat-providence et enfin une fonction de socialisation et de disciplinarisation du citoyen et de la société.

Pendant toute la période (1962-1989) une rapide revue de l'histoire économique et politique, nous rappelle un système politique basé sur un parti unique et un modèle économique centralisé dirigé. L'Etat a été pendant plus de 30 ans le principal entrepreneur employeur, il s'impose ainsi comme propriétaire du patrimoine des entreprises et responsable de leur création mais de leur gestion. Pour assurer son contrôle sur la gestion de ses entreprises, l'Etat a mis en œuvre des dispositifs multiples.

CHAPITRE III : L'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie

L'entrepreneur privé de son côté était vu comme « un profiteur » et était accusé d'appartenir à une classe de bourgeoisie exploiteuse. Pour lutter contre toute forme d'exploitation, l'Etat algérien a limité le champ de l'entrepreneuriat privé.

Les entrepreneurs ne doivent investir que dans des activités complétant celles des grandes entreprises d'Etat. Il est évident de signaler que l'entrepreneur, même s'il n'a pas été écarté de l'activité économique durant cette période, était encadré par un environnement spécifique : marché non concurrentiel, prix fixés administrativement, monopole d'Etat, bureaucratie (bancaire et administrative) pesante et corruption touchant les différentes sphères de l'économie.

B .Les décennies 1980-1990 : désengagement de l'Etat de l'essor de l'entreprise privée

Début des années 80, le processus de désengagement de l'Etat a ouvert la porte à l'émergence et au renforcement du secteur privé qui jusque-là était principalement concentré dans trois branches : l'industrie alimentaire, le textile et les matériaux de construction.

Toutefois, vu les événements environnementaux internes et externes, l'Algérie a brusquement rompu avec son système économique ; elle se lance, à la fin des années 1980, dans la mise en place d'une nouvelle organisation axée sur le marché. Là il y a lieu de s'interroger sur la nouvelle vision de l'entrepreneuriat algérien.

1.1.2. L'entrepreneur de l'Algérie en transition vers l'économie de marché

La décennie 1990 marque inéluctablement tournant dans le processus de libéralisation de l'économie algérienne. En effet, après l'échec du socialisme et les déficits de la plupart des grandes entreprises d'Etat, l'Algérie lance de grandes réformes pour instituer l'économie de marché, pour cela un arsenal juridique considérable a été développé notamment au cours de l'année 1990.

D'un autre côté, l'Etat a entrepris sous la pression des institutions monétaires internationales (FMI, banque mondiale,...) d'encourager l'investissement privé en lui facilitant l'accès au crédit et en desserrant l'étau bureaucratique qui pèse lourdement sur son développement. Ainsi, le nouveau dispositif législatif et réglementaire garantit plus de liberté aux entreprises privées et aux entrepreneurs en prenant soin de les orienter vers une dynamique beaucoup plus productiviste que spéculative.

L'Etat vise l'entrepreneur comme acteur principal du développement économique de la nouvelle orientation. Désormais, l'entrepreneur est mis au centre de la réflexion pour l'élaboration des politiques de développement. Dans cette phase de transition, l'Etat algérien continue d'assurer un rôle incitatif par l'intermédiaire de l'Agence de promotion et de soutien

CHAPITRE III : L'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie

à l'investissement (APSI)⁵¹ qui, grâce aux différents avantages fiscaux qu'elle accorde aux nouveaux entrepreneurs, a entraîné un mouvement important de création de petite et moyenne entreprise.

Avec la montée du chômage plus récemment, les pouvoirs publics en mis en place le dispositif de la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC), afin de lutter contre le chômage (aux chômeurs dont l'âge situe entre trente (30) et cinquante (50)) et de promouvoir l'activité créatrice de richesses.

Il reste à signaler qu'il existe un décalage entre les textes et lois réglementaires encourageant la liberté d'entreprendre et leur mise en œuvre. Cela rend le niveau structural où œuvre l'entrepreneur pesant et contraignant.

1.2. La provenance des entrepreneurs

Les entrepreneurs algériens proviennent essentiellement du secteur privé. Le tableau N°1 souligne qu'une majorité d'entrepreneurs naissants travaillent dans des PME moyennes (45%). Environ 20 % travaillent dans des petites ou des grandes entreprises privées et 30% environs dans des TPE tout en cherchant activement à créer une entreprise.

Tableau N° 08 : Provenance des entrepreneurs en Algérie

Pays	Secteur public	Micro entreprise privée (< 10 salariés)	Petite entreprise privée (10–49 salariés)	Moyenne entreprise privée (50–249 salariés)	Grande entreprise privée (>250 salariés)
Algérie	11,2%	27,9%	22,4%	45,1%	19,5%

Source : Extrait du Rapport GEM, p.22.

Le tableau ci-dessus révèle que les employés du secteur privé en Algérie, sont plus susceptibles d'être impliqués dans des activités entrepreneuriales naissantes que les employés du secteur public. Ce constat est directement lié à la motivation première des entrepreneurs dans la mesure où une majorité d'entre eux est motivé par l'opportunité plutôt que par la nécessité lors d'une création d'entreprise. En effet, la majorité des entrepreneurs en phase de démarrage d'une activité entrepreneuriale appartiennent au groupe de revenu du tiers supérieur en Algérie.

⁵¹ APSI : Agence pour la promotion et soutien à l'investissement créée en 1994 et remplacée en 2001 par l'ANDI, Agence nationale pour le développement de l'investissement.

CHAPITRE III : L'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie

1.3 La place des femmes entrepreneurs en Algérie

Les femmes entrepreneurs sont de plus en plus nombreuses en Algérie. Les avancées enregistrées en termes de droits à l'aune des différentes lois promulguées En effet, la mise en place des dispositifs d'aide à l'emploi et à l'investissement (ANSEJ, ANGEM, CNAC et ANDI) a encouragé les femmes entrepreneurs algériennes à concrétiser leurs projets.

Les efforts et les mécanismes mis en place par l'Etat algérien en matière de soutien à la création d'emplois en général et féminins en particulier commencent à porter leurs fruits: de plus en plus de projets sont gérés par des femmes, qu'elles soient diplômées de l'enseignement supérieur ou formées à un métier artisanal.

Selon le Centre national du registre du commerce, l'Algérie comptait près de 200.000 femmes entrepreneurs au 31/12/2015 et ce chiffre, qui ne représentait en 2014 que 7,4% a progressé pour atteindre aujourd'hui les 17%, en plus des dispositifs de création d'emplois et d'aide à l'investissement, l'autre élément ayant soutenu la dynamique féminine dans la sphère économique, c'est l'amélioration, même relative, du climat des affaires.

En effet, les acquis du monde de l'entreprise au cours de ces dernières années, notamment la réduction de la TAP et de l'IBS, la dépenalisation de l'acte de gestion, la mise en place de plusieurs systèmes de financement des investissements, l'amélioration des procédures d'accès au foncier ont beaucoup contribué à la dynamisation du secteur économique. Mais, dans les mois et les années qui viennent, il est attendu que la situation se dynamise davantage car, dans le sillage de la crise induite par la chute des prix du pétrole, beaucoup de décisions courageuses ont été prises: constitutionnalisation de la liberté d'entreprendre et de la parité homme-femme en matière d'accès à l'emploi, ouverture du capital social des entreprises publiques, réformes de la fiscalité.

En effet, la nouvelle Constitution a cassé un grand tabou à travers les dispositions favorables aux femmes qu'elle a intégrées.

Section 02 : Les PME en Algérie

CHAPITRE III : L'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie

En Algérie, la nouvelle forme de développement se tourne vers la création d'entreprises privées particulièrement les PME qui sont considérées comme recteur de croissance, un générateur d'emplois, et un moteur de progrès socio-économique.

2.1. Définition de la PME en Algérie :

Solen la loi n°01-18 du 12-12-2001 portant loi d'orientation sur la promotion de la PME, la PME est « une entreprise de production de biens et de services employant de 1 à 250 personnes, dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 2 milliard de dinars (DA), ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 500 millions de DA et respecte le critère d'indépendance Au titre de la présente loi »⁵², il est entendu par :

2.1.1 - Personnes employées : le nombre de personnes correspond 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 est celle du dernier exercice comptable clôturé.

2.1.2 - Seuils pour la détermination du chiffre d'affaires ou pour le total du bilan ceux afférents au dernier exercice clôturé de douze mois.

2.1.3 - 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/PMI

Trois types de PME sont définis par la loi :

A. La moyenne entreprise est définie comme une entreprise employant de 50 à 250 personnes et dont le chiffre d'affaires est compris entre 200 millions et 2 milliard de Dinars ou dont le total du bilan est compris entre 100 et 500 millions de Dinars.

B. La petite entreprise : est définie comme une entreprise employant de 10 à 49 personnes et dont le chiffre d'affaire annuel n'excède pas 200 million de Dinars ou dont le total du bilan n'excède pas 100 million de Dinars.

C. La très petite entreprises (TPE) ou micro-entreprise : y est définie comme une entreprise employant de 1 à 9 personnes et dont le chiffre d'affaire annuel n'excède pas 20 million de Dinars ou dont le total du bilan n'excède pas 10 million de Dinars.

⁵² La loi d'orientation sur la promotion de la PME et de n° 01-18 du 12-12-2001, Ministère de PME et de l'Artisanat

CHAPITRE III : L'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie

2.2 : L'évolution des PME en Algérie : La démographie des PME en Algérie est l'ensemble des données et études concernant la population de l'Algérie, d'hier et d'aujourd'hui.

2.2.1. La population des PME en Algérie

A la fin de l'année 2015, « la population globale des petites et moyennes entreprises s'élève à **934 569** entités dont près de **58% sont constituées de personnes morales**, parmi lesquelles sont recensées **532** Entreprises Publiques Economiques (EPE) »⁵³. Le reste est composé de personnes physiques (**42.39%**), dont **19%** des professions libérales et 23% sont des activités artisanales.

Tableau N° 09 : La population globale des PME à la fin de l'année 2015

Type de PME	Nombre de PME	Part (%)
1. PME privées		
_ Personnes morales	537901	57,56
_ Personnes physiques	396136	42,39
Dont :		
_Professions libérales	178994	19,15
_Activités artisanales	217142	23,23
S/ Total 1	934037	99,94
2. PME publiques		
_ Personnes morales	532	0,06
S/ Total 2	532	0,06
Total	934569	100

Source : CNAS

2.2.2 L'évolution de la population globale des PME

Globalement, l'évolution de la population de la PME entre 2014 et 2015 est de 9,7% tous secteurs juridiques confondus, représentant un accroissement net total de **82 516 PME**.

⁵³ Bulletin d'information statistique de la PME, n° 28, 2015, direction générale de la veille stratégique, des études et des systèmes d'informations.

CHAPITRE III : L'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie

Tableau N° 10 : Evolution de la population globale des PME (2014/2015)

	<i>Année 2014</i>	<i>Année 2015</i>	<i>L'évolution</i>
Population globale de la PME	852 053	934 569	9,7%

Source : CNAS

2.3. La place et le rôle des PME dans l'économie algérienne :

Nul ne peut nier le rôle et l'importance de la PME/PMI dans toutes les économies, car elle permet et contribue à la croissance et au développement économique, par :

2.3.1 La création de l'emploi

Les PME occupent une place particulière dans l'économie algérienne, aussi bien du point de vue quantitatif que qualitatif. D'une part, elles génèrent un volume important de production et d'emplois et d'autre part, elles ont une grande capacité d'innovation et de création. On peut dire que les PME ont un rôle de premier plan à jouer dans la résolution de la crise actuelle de l'emploi et en tant que créateur d'emplois.

2.3.2. La création de la valeur ajoutée :

« La valeur ajoutée se mesure par la différence des biens qu'elle vend et ce qu'elle a dû acheter pour produire ses ventes »⁵⁴. En 2009, la valeur ajoutée du secteur public était de 816,8 milliards de dinars représentant 16,41% du total national, alors que celle dégagée par le secteur privé avec 4162,02 milliards de dinars soit 83,59% du total national.

A partir de 2014, les parts respectives correspondent au secteur privé avec 7338,65 milliards de dinars soit 86,1% et 1187,93 milliards de dinars soit 13,19 % pour le secteur public. 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 construction, de la promotion et des redéploiements des PME/PMI est incontournable dès lors que l'on aspire au développement.

⁵⁴ LEGHIMA. A et MOFFOK .N, « Les PME/PMI en Algérie : réalité et enjeux », P7

CHAPITRE III : L'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie

2.3.3. La distribution des revenus :

Selon Madaoui. M (2012), « La valeur ajoutée créée par chaque PME/PMI recouvre l'ensemble des rémunérations des services qui ont été rendus au cours du processus de production et au fonctionnement des administrations »⁵⁵. La valeur ajoutée servira à :

- Rémunérer les services, force de travail, capital, moyens financiers (il s'agira alors des salariés, de dividendes ou d'intérêts).
- Contribuer au fonctionnement des administrations en particulier en versant des impôts. Il est clair donc que l'entreprise quelle que soit sa taille, en créant de la valeur ajoutée et en redistribuant ce surplus sous des formes diverses aux autres agents, remplit un rôle essentiel dans l'activité d'un pays. Il faut aussi préciser que ses fonctions de nature strictement économique ne sont pas les seules que l'on attribue à cette catégorie d'entreprise, de plus en plus, et du fait de son importance dans les sociétés modernes, d'autres missions lui sont attribuées : sociales, humaines et culturelles...

2.3.4. Un rôle socio-économique

Les PME ont un rôle socio-économique essentiel. Elles sont en effet, une source de dynamisme et de vitalité nécessaire à notre économie, dans un environnement fondé sur la concurrence. Elles sont surtout, grâce à leur flexibilité, capables de s'adapter rapidement aux évolutions des marchés de plus en plus fréquentes, dans un contexte de mondialisation, ainsi qu'aux cycles économiques. Elles ont donc un impact sur la croissance économique, étant donnée leur contribution substantielle à notre production, à nos investissements et à nos exportations ainsi que leur énorme potentiel d'emplois nouveaux. Le phénomène PME constitue donc un enjeu économique et nécessite de ce fait, un nombre important d'études qui actuellement demeure insuffisant pour son essor.

Section 03 : Les organismes d'accompagnement à la création d'entreprise

De nombreux organismes dédient ou une partie de leur activité à l'accompagnement des créateurs d'entreprise. En raison des contraintes financières que connaît l'Algérie, le gouvernement a décidé un programme d'emplois orientés principalement vers la création d'emplois indépendant et touchant les jeunes, d'où la mise en place des organismes de soutien

⁵⁵ Madoui.M. « Entreprises et entrepreneurs en Algérie et dans l'immigration : Essai de sociologie économique ».Karthala, 2012, P58

CHAPITRE III : L'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie

à l'investissement afin de promouvoir la PME/PMI et faire d'elle un foyer de création de richesse et générateur d'emplois dans tous les secteurs d'activités.

3.1. Les structures d'aides à la création d'entreprise

Les structures publiques, faut-il le souligner, sont des agences chargées de l'exécution des politiques publiques d'aide et de soutien à la création d'entreprises. Ces agences sont censées apporter un appui important en termes d'accompagnement des promoteurs et de formalisation de leurs activités. Il s'agit outre de l'ANDI, CNAC, ANGEM, FGAR, FCMG, ADS, CCI, ANSEJ.

3.1.1. L'ANDI et le Guichet Unique Décentralisé

L'agence nationale de développement de l'investissement a été créée sous forme d'un guichet unique décentralisé par l'ordonnance n°01-03 du 20/08/2001 relative au développement de l'investissement.

Le but principal du guichet unique est la simplification des procédures et des formalités pour la création des entreprises et pour la réalisation des projets. Dans le guichet unique est la simplification des procédures et des formalités pour la création des entreprises et pour la réalisation des projets. Dans le guichet unique, l'investisseur a comme interlocuteur unique le représentant de l'ANDI, qui l'assiste, en lui donnant toutes les nécessaires, vérifie les dossiers et les envoie aux services concernés.

A. La création de l'ANDI

La création de l'ANDI sous forme d'un guichet unique décentralisé dans les 48 wilayas du pays résulte des limites de l'ancien dispositif, c'est-à-dire : le non habilitation d'entreprise en Algérie. Représentant des administrations et organismes concernés par l'acte d'investir au sein du guichet unique de l'APSI et la centralisation de ce guichet ont causé les préjudices aux investisseurs dans l'accomplissement des formalités administratives et le non accomplissement par l'APSI de sa mission relative au suivi des investissements déclarés auprès de son guichet unique.

L'agence est chargée notamment selon le décret exécutif n°06-356 :

- _ D'entreprendre toute action d'information, de promotion et de collaboration avec les publics et privés en Algérie et à l'étranger, pour promouvoir l'environnement général de l'investissement en Algérie, d'améliorer et de consolider l'image de marque de l'Algérie à l'étranger ;
- _ D'assurer un service de mise en relations d'affaire et de facilitation des contacts des investisseurs non-résidents avec les opérateurs algériens et de promouvoir les projets et les opportunités d'affaires ;

CHAPITRE III : L'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie

- _ D'organiser des rencontres, colloques, journées d'études, séminaires et autres manifestation et évènement en rapport avec ses missions ;
- _ De participer aux manifestations économiques organisées à l'étranger en rapport avec la stratégie de promotion de l'investissement arrêtée par les autorités concernées ;
- _ D'entretenir et de développer des relations de coopération avec des organismes étrangers similaires ;
- _ D'assurer un service de communication avec le monde des affaires et la presse spécialisée ;
- _ D'exploiter en liaison avec son objet, toutes études et informations se rapportant aux expériences similaires pratiquées dans d'autres pays.

B. Les missions de l'ANDI :

L'ANDI est chargé des missions suivantes :

- _ De la promotion, le développement et la continuation des investissements ;
- _ De l'accueil, l'assistance et l'information des investisseurs, nationaux et étrangers ;
- _ De la concession de bénéfices ;
- _ De la gestion du fond d'appui à l'investissement

Pour la réalisation de ces buts l'ANDI est chargé de la constitution du guichet unique décentralisé (GUD). Les guichets uniques décentralisés (un GUD dans chaque wilaya) sont théoriquement conçus pour être les interlocuteurs privilégiés des investisseurs.

Leur principal but réside dans la simplification de procédures et de formalités pour la création d'entreprise et pour la réalisation de projets.

3.1.2 La Caisse National d'Allocation Chômage (CNAC)

A. Création de la CNAC

La caisse vise les chômeurs de la tranche d'âge entre 35 et 50 ans, qui investissent dans des activités industrielles et/ou des services, sauf la revente en l'état, pour un montant maximum de l'investissement est de 10 000 000 DA, le seuil minimum des fonds propres dépend du montant de l'investissement, il est fixé comme suit :

Niveau 1 : 1% lorsque le montant de l'investissement \leq 5 millions DA

Niveau 2 : 2% lorsque le montant de l'investissement est supérieur à 5 millions DA et inférieur ou égal à 10 millions DA.

B. Autres mission de la CNAC

- _ Propose un crédit sans intérêt en deux (2) et cinq (5) millions de dinars ;

CHAPITRE III : L'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie

- _ Accompagnement personnel aux porteurs de projets ;
- _ Franchise de la TVA pour l'acquisition de biens d'équipement et de services entrant directement dans la réalisation de l'investissement ;
- _ Exemption du droit de mutation à titre onéreux sur l'acquisition immobilière effectuée dans le cadre de la création de l'activité.

3.1.3 L'Agence National de Gestion du Microcrédit (ANGEM)

A. Création de l'ANGEM

L'agence national de gestion du microcrédit (ANGEM), crée par le décret exécutif n°04-14 du 22 janvier 2004, représente un outil de lutte contre le chômage et la précarité visant le développement des capacités individuelles des personnes à s'auto prendre en charge en créant leur propre activité.

B. le financement de projet par l'ANGEM

Le programme d'activité de l'agence pour l'année 2015 vise à renforcer sa présence au niveau des wilayas et daïras, notamment dans les régions du Sud et des Hauts plateaux, a-t-il indiqué. L'ANGEM veillera à renforcer sa présence dans le Sud, Le financement et l'accompagnement concerneront plusieurs secteurs, à savoir l'artisanat et les activités agricoles et les services, outre le financement des jeunes porteurs de projets, diplômés des instituts de la formation et de l'enseignement professionnels. Revenant aux difficultés rencontrées par les jeunes en matière de financement par le biais des banques, donc l'agence avait réduit les délais d'examen des dossiers au niveau des commissions dont les banques sont membres à «moins de deux mois».

L'agence qui avait accompagné 117 000 bénéficiaires du micro-crédit en 2014, dont des femmes au foyer (62%) et des diplômés universitaires, assure également un accompagnement en matière de formation et d'encadrement.

C. Objectifs de l'ANGEM

- _ Contribuer à la lutte contre le chômage et la précarité dans les zones urbaines et rurales en favorisant l'auto emploi, le travail à domicile et les activités artisanales et de métiers, en particulier chez les populations féminines.

CHAPITRE III : L'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie

_ Sensibiliser les populations rurales dans leurs zones d'origines par l'émergence d'activités économiques, culturelles, de production de biens et services, génératrices de revenus et d'emplois.

_ Développer l'esprit d'entreprenariat qui remplacerait celui de l'assistanat et aiderait ainsi à l'intégration sociale et à l'épanouissement individuel des personnes.

_ Soutenir, conseiller et accompagner les bénéficiaires dans la mise en œuvre de leurs activités, notamment en ce qui concerne le montage financier de leurs projets et dans la phase d'exploitation.

_ Suivre les activités réalisées par les bénéficiaires en veillant aux respects des conventions et contrats qui les lient à l'ANGEM.

_ Former les porteurs de projets et les bénéficiaires de micro crédits aux techniques de montage et de gestion d'activités génératrices de revenus et des très petites entreprises.

_ Soutenir à la commercialisation des produits issus du micro crédit par l'organisation des salons d'exposition/vente.

3.1.4. Fonds de garantie des crédits aux PME (FGAR)

A- Création du FGAR

Le FGAR est créé par décret exécutif n° 02-373 du 11 Novembre 2002. Ce décret fixe le statut de ce fonds de garantie, qui est placé sous la tutelle du ministère chargé des petites et moyennes entreprises, et doté d'une personnalité morale et d'une autonomie financière. De ce fait le FGAR est créé pour aider principalement les PME.

B- Missions et Objectifs du FGAR

L'objectif principal du FGAR est de faciliter l'accès aux financements bancaires afin d'impulser le démarrage et l'expansion des PME, en accordant des garanties de crédit aux banques commerciales, et de compléter éventuellement le montage financier des projets des entreprises.

Selon les articles 5 et 6 du décret n° 02-373, « Le fonds a pour mission de »⁵⁶ :

- Intervenir dans l'octroi la garantie des crédits aux PME;
- De suivre les risques découlant de l'octroi de la garantie du fonds;

⁵⁶ Décret exécutif n° 02-373 du 11 Novembre 2002, fixant les statuts de fonds de garantie

CHAPITRE III : L'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie

- De garantir les relais des programmes mis en place en faveur des PME par les institutions internationales;
- d'assurer le conseil et l'assistance technique en faveur des PME bénéficiaires de la garantie du fonds;
- de promouvoir les conventions spécialisées qui prennent en charge les risques entre les PME, les banques et les établissements financiers;
- d'entreprendre tout projet de partenariat avec les institutions activant dans le cadre de la promotion et au soutien des PME ;
- de prendre en charge le suivi des opérations de recouvrement des créances en litige.

C- Les ressources du FGAR

Selon l'article 23 du décret n° 02-373, « les ressources du fonds sont constituées par »⁵⁷

- Une dotation initiale en fonds propres et subventions de l'Etat;
- Les produits d'activité, commissions des garanties et commissions de gestion ;
- Les produits financiers générés par les opérations de placement;
- Les dons et legs nationaux et internationaux;
- Les prêts accordés aux fonds ;
- Toutes autres ressources liées au fonctionnement du fonds.

D- Les critères d'éligibilité des projets par le FGAR

Les projets comme La fabrication des biens pour la réduction des importations en utilisant les ressources naturelles locales et le recrutement de jeunes chômeurs diplômés ont une primauté quant à l'accord de garantie.

E- Les Modalités et les Coûts de couverture du Fonds

Après une étude approfondie du projet, Le FGAR accorde sa garantie. La garantie couvre un taux maximum de 80% du crédit consenti par la banque. Le certificat de garantie émis par le FGAR à la banque détermine ce taux. Le montant de garantie par projet doit être supérieur à 5 millions DA et inférieur ou égale à 50 millions DA. La durée de garantie par projet est de 7 ans maximum pour les projets d'investissement classique, et ne dépassent pas les 10 ans pour un crédit-bail. Un montant de 20000 DA en hors taxes représente une commission fixe pour prendre en charge les frais d'étude du dossier par le FGAR. Lors de la délivrance du certificat de garantie une commission d'engagement est payable en une seule fois et est calculée

⁵⁷ Décret exécutif n°02-373, fixant les ressources de garantie

CHAPITRE III : L'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie

annuellement sur la base du montant de la somme garantie, à un taux de 1% du montant de garantie du crédit d'investissement et de 0,5% du montant de garantie du crédit-bail.

1.3.5. Le Fonds de Caution Mutuelle de Garantie Risques-Crédits Jeunes promoteurs (FCMG)

A- Création du FCMG

Le Fonds est créé par décret exécutif n° 98-200 du 09 Juin 1998, portant « création et fixant le statut du fonds de Caution Mutuelle de Garantie Risques-Crédits Jeunes promoteurs »⁵⁸. Le Fonds est domicilié auprès de l'Agence Nationale de soutien à l'emploi des Jeunes ANSEJ. Il est doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière.

B- Les Objectifs du Fonds

Le Fonds a pour mission de couvrir les risques inhérents au financement des micro-crédits créés dans le cadre du dispositif ANSEJ.

C- Les garanties du Fonds sont

- Le nantissement des équipements ou le gage de matériel roulant au profit des banques au premier rang et au profit de L'ANSEJ au second rang ;
- L'assurance multirisque subrogée au profit de la banque.

D- Les Conditions d'adhésion au Fonds

Les adhérents au Fonds sont les jeunes promoteurs qui optent pour le dispositif ANSEJ afin de créer des micro-entreprises, les banques leur accordant des crédits pour la formule de financement triangulaire.

E- Les Coûts de Couverture du Fonds

Le montant de la cotisation au fonds est calculé sur la base du crédit bancaire accordé et de sa durée. Le paiement de la cotisation est effectué en une seule fois et intégralement au moment de l'adhésion de la micro-entreprise, la cotisation est de 0,35 % du montant du crédit accordé par la banque.

1.3.6. L'Agence de Développement Social (ADS)

L'Agence de développement social (ADS) « est une institution à caractère spécifique, dotée de la personnalité morale et jouissant de l'autonomie administrative et financière ».⁵⁹
Le suivi opérationnel de l'ensemble des activités de l'agence est exercé par le ministre chargé de l'emploi et de la protection sociale.

⁵⁸ Décret exécutif n°98-200 du 09 juin 1998, création et fixant le statut du fonds de Caution Mutuelle de Garantie Risques-Crédits Jeunes promoteurs

⁵⁹ www.ads.dz

CHAPITRE III : L'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie

A. Les missions de l'Agence de développement social

Conformément aux dispositions du décret exécutif N°96-232 du 29 juin 1996, « l'AGENCE a pour missions statutaires de promouvoir, sélectionner, choisir et financer totalement ou en partie »⁶⁰ :

- Les actions et interventions en faveur des populations démunies et du développement communautaire.
- Tout projet de travaux ou de services d'intérêt économique et social certain et comportant une haute intensité de main-d'œuvre initié par toute collectivité, communauté ou entité publique ou privée dans le but de promouvoir le développement de l'emploi.
- Le développement de micro-entreprises.

L'agence a pour mission de rechercher, acquérir et recueillir toutes les aides financières, dons, legs ou libéralités de toutes sortes, qu'ils soient de caractère national ou étranger, international ou multilatéral, nécessaires à l'accomplissement de son objet social.

B. Les ressources de l'agence :

Les subventions, dons, legs, libéralités ou prêts consentis par toute collectivité nationale ou locale, publique ou privée, étrangère, internationale ou multilatérale. Lorsqu'il est éventuellement stipulé par le donataire une ou plusieurs conditions de destination des ressources attribuées en faveur d'une œuvre déterminée, l'agence, pour autant que lesdites conditions ne soient pas directement ou indirectement incompatibles avec ses missions, en assure la fonction de maîtrise d'ouvrage jusqu'à la livraison de la réalisation de cette œuvre.

C. Les dépenses de l'agence

Les dépenses de l'agence comprennent :

- Les dépenses d'immobilisation
- Les dépenses de fonctionnement et d'entretien
- Les dépenses nécessaires à la réalisation de ses programmes.

L'agence est pourvue d'un ou plusieurs commissaire(s) aux comptes.

3.1.7. La Chambre de Commerce et D'industrie :

- Les missions de la CCI :

⁶⁰ Décret exécutif n° 96-232 du 29 juin 1996, l'agence a pour missions statutaires de promouvoir, sélectionner, choisir et financer totalement ou en partie

CHAPITRE III : L'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie

Les Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI) et la Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI) sont aux plans local et national les institutions représentant auprès des pouvoirs publics les intérêts généraux des secteurs du commerce, de l'industrie et des services.

Les Chambres de Commerce et d'Industrie Algériennes sont « des établissements publics à caractère industriel et commercial dotés de la personnalité morale et de l'autonomie financière »⁶¹.

Elles sont placées sous la tutelle du ministre chargé du commerce.

A ce titre, elles assurent des missions:

- de représentation des entreprises;
- d'animation, de promotion et d'assistance aux entreprises;
- de formation, d'enseignement et de recyclage;
- d'arbitrage, de médiation et de conciliation.

Les CCI et la CACI sont composées d'organes élus et de structures administratives.

Les organes élus sont placés sous l'autorité du Président.

Les structures administratives sont placées sous l'autorité du Directeur Général pour la CACI et du Directeur pour les CCI.

Les CCI sont présentes dans toutes les Wilayas. La CACI est sise à Alger.

1.3.8 Agence Nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ)

Le dispositif ANSEJ s'adresse aux jeunes chômeurs situé dans la tranche d'âge 19-35 ans, lorsque l'investissement génère au moins trois (3) emplois permanents (y compris les jeunes promoteurs associés dans l'entreprise) l'âge limite du gérant de l'entreprise crée pour être porté à quarante (40) ans, jouissant une qualification professionnelle en relation avec l'activité projetée et capable de mobiliser un rapport personnel déterminé pour le financement du projet.

A partir de là l'ANSEJ a pour objectif de :

- _ Assurer les conditions nécessaires pour la création de micro-entreprise ;
- _ Création d'activité et de richesse ;
- _ Création d'emplois durable ;
- _ Assurer la pérennité des micro-entreprises créées dans le cadre du dispositif ;
- _ Développer l'esprit d'entrepreneuriat chez les jeunes.

⁶¹ www.cci.com

CHAPITRE III : L'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie

Le projet d'entreprise peut porter soit sur la création d'une entreprise nouvelle soit sur l'extension d'activité à partir d'une entreprise existante.

CHAPITRE III : L'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie

CONCLUSION AU CHAPITRE III :

Dans le monde entier l'entrepreneuriat est devenu le «Fer de lance » de tout programme de développement. Il est l'axe principal des politiques gouvernementales des pays industrialisés, les PME sont le fruit des actes entrepreneuriaux.

Ces PME sont considérées comme les sources d'innovation, elles sont donc adéquates à la nature d'environnement économique actuel. L'entrepreneuriat algérien a cumulé durant des années de routine vide de compétition et de lutte continue contre toute concurrence menaçante. À vrai dire, l'environnement concurrentiel des PME Algériennes n'est pas encore mis en place par le jeu libre du marché.

L'ineffectivité de certaines lois liées à la concurrence a fait que l'environnement concurrentiel soit déloyal tendant vers un quasi-monopole, cette situation constatée d'ailleurs par plusieurs études effectuées en Algérie nuance la réaction future des PME, ce qui ne nous facilite par le moment, l'étude approfondie des caractéristiques d'entrepreneuriat Algérien

CHAPITRE IV : L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

Introduction au chapitre IV :

Face aux contraintes qu'a connus l'Algérie depuis les années 1980, le gouvernement a adopté un certain nombre de mesures correctives surtout au courant des années 1990 visant d'une part, à connaître et régler le marché du travail et, d'autre part, réduire le poids et les effets du chômage et la tendance à la baisse de l'emploi.

Pour assurer une amélioration et un développement de l'environnement économique de l'Algérie, l'Etat a décidé d'un programme d'emploi orienté principalement vers la création d'emplois, et touchant essentiellement les jeunes .C'est précisément dans ce contexte qu'a été créé le dispositif ANSEJ en 1996.

L'ANSEJ représente l'un des moyens d'action en faveur des jeunes algériens et de maîtrise du marché de travail, elle vise à aider les jeunes investisseurs à créer leurs propres micro-entreprises.

L'ANSEJ encourage toute forme d'action au profit de l'emploi des jeunes, et ce à travers les programmes de formation –emploi et de recrutement.

La plupart des pratiques actuelles d'accompagnement tendent plus ou moins à la professionnalisation, et se développent dans l'urgence et la concurrence. Dans ce cas-là nous essayons d'évaluer le rôle de l'accompagnement dans le cadre de l'ANSEJ.

Section 01 : Aperçu générale de l'ANSEJ

Le dispositif ANSEJ a été créé par le gouvernement algérien pour aider les jeunes investisseurs à créer leur propre entreprise dans divers domaines.

1.1. Présentation et définition de l'ANSEJ**1.1.1. Présentation de l'ANSEJ**

L'idée de l'ANSEJ est tenue dans le forum international sur l'emploi des jeunes à Alger, la recherche a duré huit(08) mois, ce forum s'est déroulé sur l'initiative de CNES (conseil national économique et social) et avec la contribution de la nouvelle institution financière bancaire BADR –BANK, la participation des étrangers à ce forum a été importante.

L'Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes(ANSEJ) a été créée par le décret exécutif numéro 96- 296 du 08 septembre 1996⁶², portant les statuts de l'agence Nationale à l'emploi des jeunes, modifier et complété par le décret exécutif numéro 03.288 du 06 Septembre 2003.

L'ANSEJ est placée sous la tutelle du Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Sécurité sociale, alors que le suivi opérationnel de ces activités est assuré par le ministère de l'emploi et de solidarité nationale.

Le siège de l'ANSEJ est fixé à Alger. Il peut être transféré en tout autre lieu du territoire national par le décret exécutif pris sur rapport de ministre chargé de l'emploi.

1.1.2. Définition de l'ANSEJ

L'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ) est une « institution à caractère publique, placée sous la tutelle du Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Sécurité sociale». ⁶³

L'ANSEJ fondé sur une approche économique visant l'accompagnement et l'aide des jeunes chômeurs pour la création, le développement et l'extension de micro-entreprises de production de biens et de services.

⁶²-Décret exécutif n°96-296 du 24 Rabie Ethani 1417 correspondant au 8 septembre 1996 portant création et fixant les statuts de l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes.

⁶³ Document ANSEJ : Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes.

1.2. Les missions de l'ANSEJ

L'ANSEJ a pour missions⁶⁴ de :

- Soutenir, de conseiller et d'accompagner les jeunes promoteurs dans le cadre de la mise en œuvre de leurs projets d'investissements ;
- Gérer, conformément à la législation et à la réglementation en vigueur, les dotations du fonds national de soutien à l'emploi des jeunes, notamment les aides et la bonification des taux d'intérêt ;
- Notifier aux jeunes promoteurs les différents aides du fonds national de soutien à l'emploi des jeunes et autres avantages qu'ils ont obtenus ;
- Assurer le suivi des investissements réalisés par les jeunes promoteurs et veillant au respect des clauses des cahiers des charges qui les lient à l'agence ;
- Encourager toute autre forme d'actions et de mesures tendant à promouvoir la création et l'extension d'activités.

A ce titre, l'agence est chargé de :

- Mettre à la disposition des jeunes promoteurs toutes les informations de nature économique technique, législative et réglementaire relatives à l'exercice de leurs activités ;
- Créer une banque de projets économiquement et socialement utiles ;
- Conseiller et d'assister les jeunes promoteurs dans le processus de montage financier et de mobilisation de crédits ;
- Entretenir des relations continues avec les banques et les établissements financiers dans le cadre du montage financier des projets l'exploitation de projets ;
- Passer des conventions avec tout organisme entrepris ou institution administrative publique ayant pour objet de faire réaliser, pour le compte de l'agence des programmes de formation de jeunes promoteurs.

⁶⁴ - Décret exécutif n°96-296 du 24 Rabie Ethani 1417 correspondant au 8 septembre 1996 portant création et fixant les statuts de l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes.

Pour mener à bien sa mission, l'agence peut :

- Faire réaliser par des bureaux d'études spécialisés et pour le compte des jeunes promoteurs d'investissements des études de faisabilité ;
- Faire réaliser par des structures spécialisées des nomenclatures types d'équipement ;
- Organiser sur la base de programmes spécifiques établis avec les structures de formation des stage d'initiation, de recyclage et de formation aux techniques de gestion et de management en direction des jeunes promoteurs ;
- Faire appel à des experts chargés de l'étude et du traitement des projets ;
- Mettre en œuvre toute mesure de nature à permettre la mobilisation et l'utilisation dans le délais impartis de ressources extérieures destinées au financement de la création d'activités en faveur de jeunes conformément à la législation et à la réglementation en vigueur.

1.3. Quelques données statistiques sur l'activité de l'ANSEJ (Agence de Tizi Ouzou)

1.3.1. Analyse de la demande des jeunes promoteurs

Les données statistiques que nous avons collectées auprès de l'ANSEJ concernant les activités de cette agence au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou (2011-2015), en terme de la répartition des dossiers déposés, des attestations d'éligibilité délivrées par l'ANSEJ, ainsi que les accords bancaire.

A. La répartition des dossiers déposés et des attestations d'éligibilité délivrée par l'ANSEJ du 01/01/2011 au 31/12/2015

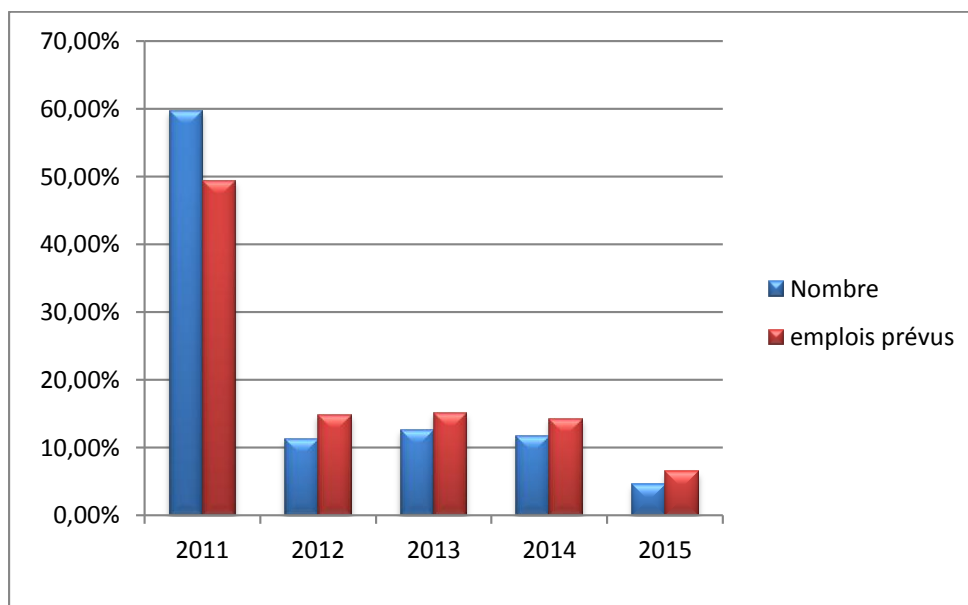
L'antenne de l'agence nationale de soutien à l'emploi de jeunes au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou a été créée en juin 1996, depuis elle a connu un mouvement de création de projets important, le tableau suivant nous montre l'évolution du nombre des dossiers déposés et les attestations d'éligibilité délivrés pour les jeunes promoteurs pendant les cinq dernières années 2011, 2012, 2013, 2014 et 2015 au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Tableau n°11 : Répartition des dossiers déposés auprès de l'ANSEJ du 01/01/2011 au 31/12/2015

Années	Nombre Dossiers déposés	pourcentage	Emplois prévus	Pourcentage
2011	14400	59,76 %	23534	49,34%
2012	2724	11,31 %	7089	14 ,86%
2013	3037	12,60 %	7204	15,11%
2014	2820	11,70%	6787	14,23%
2015	1116	4,63 %	3083	6 ,46%
Total	24097	100 %	47697	100%

Source : établi à partir des données de l'ANSEJ, antenne de Tizi-Ouzou.

Figure n°03 : répartition des dossiers déposés



Dossier déposés

La lecture de la figure n°03 nous donne un état de lieu sur le nombre de dossiers déposés et l'emplois prévus au niveau de l'agence nationale de soutien à l'emploi de jeunes (Antenne de T.O) pendant la période allant de 2011 à 2015. Nous constatons donc que le nombre de dossiers déposés en 2011 est de 59,76% et l'emploi prévu est de 49,34%, alors que de l'année

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

2012 jusqu'à 2015 on remarque qu'il existe une diminution progressive de ces derniers, c'est-à-dire que l'ANSEJ ne remplit pas les conditions souhaitables de jeune entrepreneur.

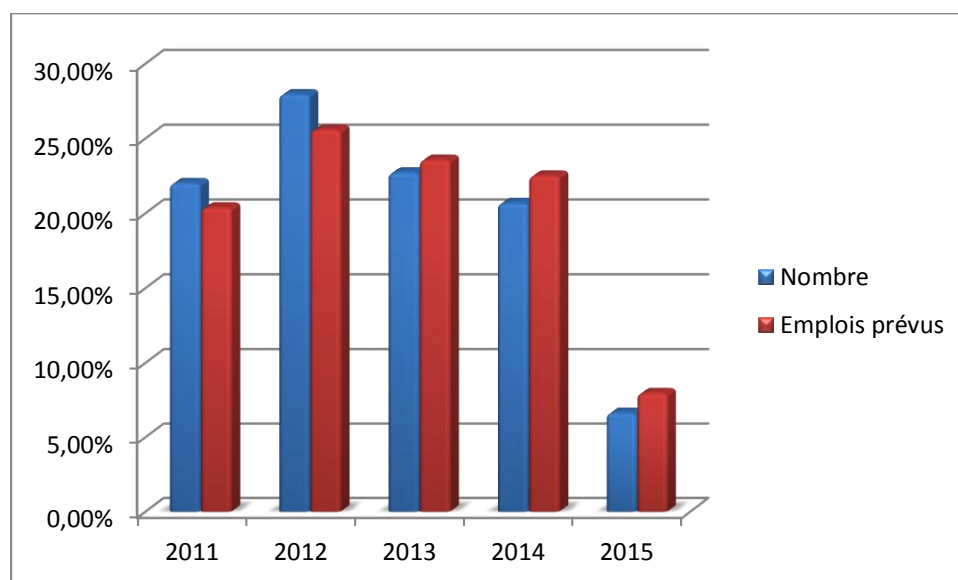
B. La répartition des attestations d'éligibilité délivrée par l'ANSEJ du 01/01/2011 au 31/12/2015

Tableau n° 12 : La répartition des attestations d'éligibilité délivrée par l'ANSEJ du 01/01/2011 au 31/12/2015

Années	Nbr de projet éligible	pourcentage	Emplois prévus	pourcentage
2011	2400	22,01%	4919	20,38%
2012	3047	27,95%	6175	25,58%
2013	2477	22,72%	5689	23,57%
2014	2255	20,68%	5435	22,51%
2015	724	6,64%	1922	7,96%
Total	10903	100%	24140	100%

Source : établi à partir des données de l'ANSEJ, antenne de Tizi-Ouzou.

Figure n°04 : Répartition des projets éligibles



Projet éligible

Nous pouvons remarquer que l'année 2011 à 2012 est en augmentation des attestations d'éligibilité délivrées auprès de l'ANSEJ de 22,01% de l'année 2011, est 27,95% pour l'année 2012 et par rapport aux emplois prévus de 20,38% en 2011 et 25,58% en 2012. Alors que de

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

2013 à 2015 on observe une diminution d'éligibilité de projet, ce qui peut être expliqué par les difficultés qui peut toucher le jeune promoteur dès le démarrage de son activité à savoir, (manque d'information et de formation.....). De l'autre côté l'ANSEJ ne peut pas accepter tout ce nombre de dossier déposé car elle ne peut pas octroyée des crédits bancaire.

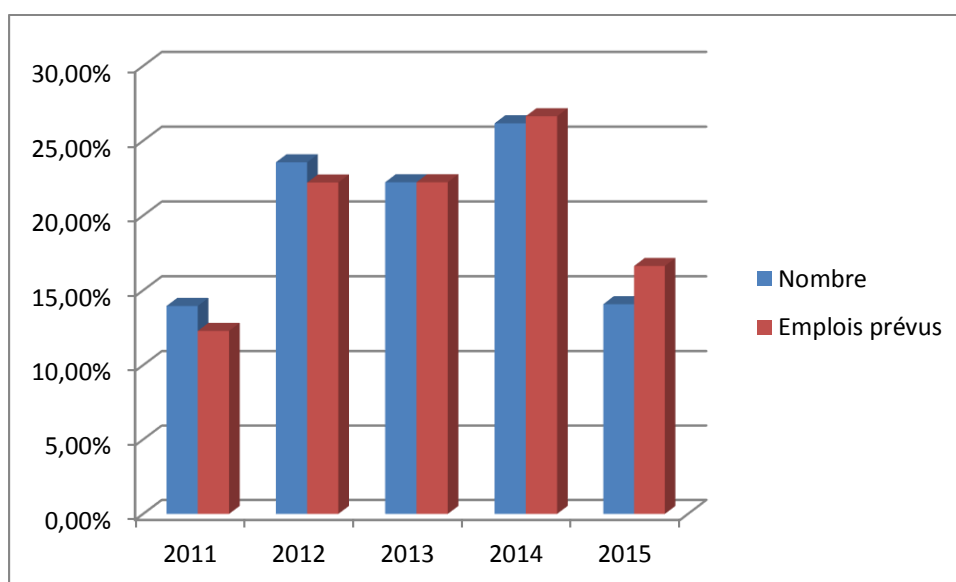
C. La répartition des projets financés par l'ANSEJ au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou (accords bancaires) du 01/01/2011 au 31/12/2015

Tableau n° 13 : La répartition des projets financés par l'ANSEJ au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou (accords bancaires) du 01/01/2011 au 31/12/2015

Années	Accords bancaires	pourcentage	Emplois prévus	pourcentage
2011	1263	13,96%	2494	12,29%
2012	2132	23,56%	4506	22,21%
2013	2011	22,23%	4509	22,23%
2014	2368	26,17%	5404	26,64%
2015	1274	14,08%	3374	16,63%
Total	9048	100%	20287	100%

Source : établi à partir des données de l'ANSEJ, antenne de Tizi-Ouzou.

Figure n°05 : répartition les projet financés par l'ANSEJ



Accord bancaire

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

La lecture de la figure n°05, nous pouvons remarquer que les accords bancaires est en augmentation de 23,56% en 2012 et avec une diminution de 22,23% en 2013 et augmente une autre fois en 2014 de 26,17% cela peut être expliqué par l'acceptation de certains dossiers qui sont gelés de l'année précédente et une baisse de 14,08% en 2015 alors que pour les emplois prévus, on remarque une augmentation jusqu'au 2014 par 26,64% et sont en diminution de 16,63% en 2015.

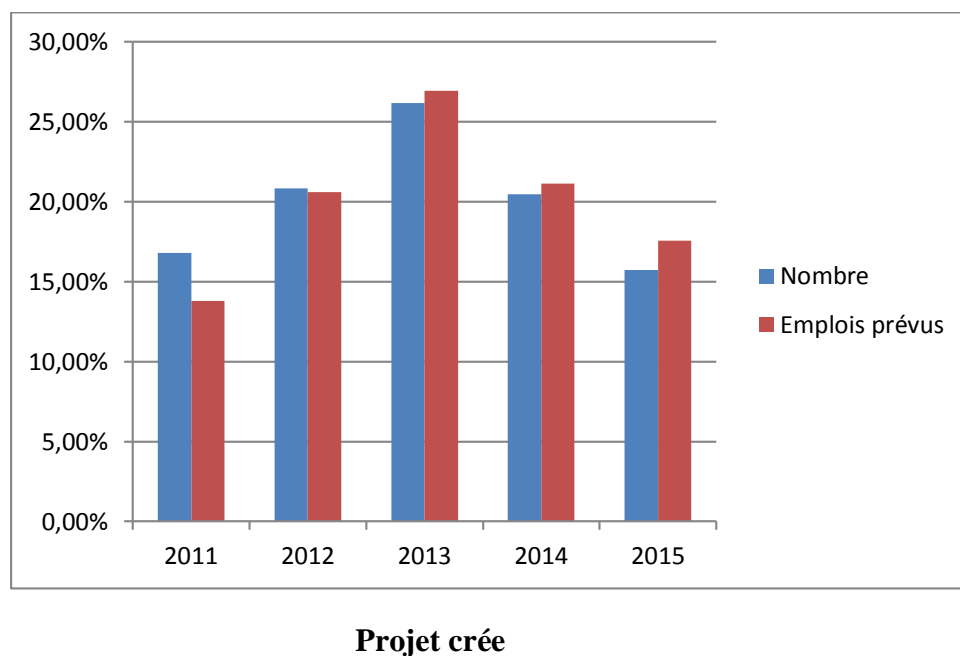
D. La répartition des projets crée par l'ANSEJ au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou du 01/01/2011 au 31/12/2015

Tableau n° 14 : La répartition des projets créés par l'ANSEJ au niveau de la wilaya de Tizi ou zou du 01/01/2011 au 31/12/2015

Années	Projet créés	Pourcentage	Emplois prévus	pourcentage
2011	1531	16,80%	3120	13,79%
2012	1898	20,82%	4658	20,60%
2013	2386	26,18%	6093	26,93%
2014	1866	20,47%	4781	21,13%
2015	1434	15,73%	3970	17,55%
Total	9115	100%	22622	100%

Source : établi à partir des données de l'ANSEJ, antenne de Tizi-Ouzou.

Figure n°06 : Répartition des projet créés par l'ANSEJ



CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

La lecture de figure n°06, nous constatons que la nombre de projet créés par l'ANSEJ est en augmentation jusqu'au 2013, entre un variable [16,80 - 26,18], et c'est le même cas pour les emplois prévus avec un variable de [13,79 – 26,93] jusqu'au 2013 ce qui peut être expliquer par une faciliter de l'octroi du crédit bancaire.

E. Répartition de nombre des micro-entreprises créées et du nombre d'emplois par secteur d'activités au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou

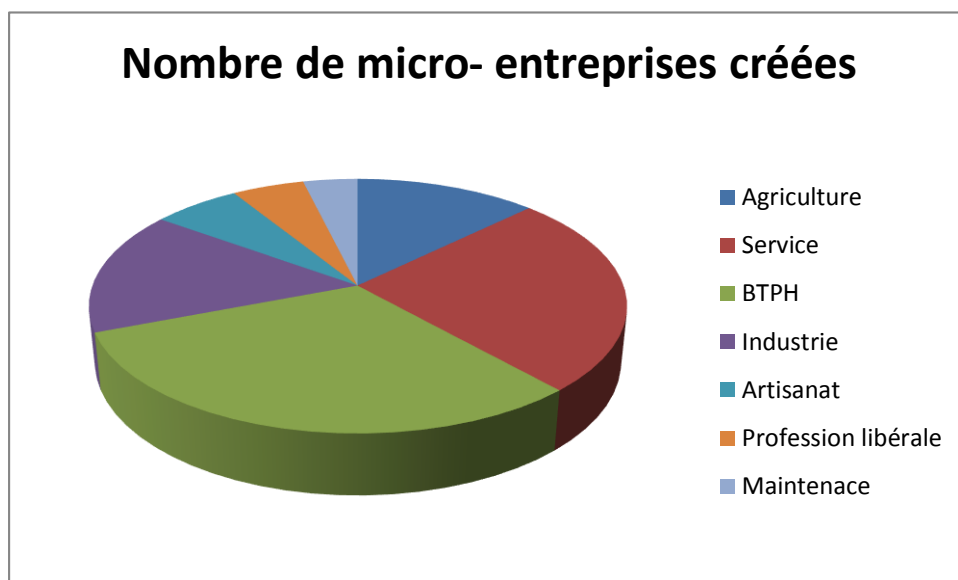
Le tableau suivant présente la répartition des micro-entreprises et des emplois créés dans la wilaya de Tizi-Ouzou pendant la période 2011-2015

Tableau n°15 : Répartition de nombre des micro-entreprises créées et du nombre d'emplois par secteur d'activités au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou

Secteur d'activités	Nbr de micro-entreprise créés	pourcentage	Emplois prévus	Pourcentage
Agriculture	1163	12,76%	2818	12,45%
Service	2333	25,59%	4729	20,90%
BTPH	2810	30,83%	7289	32,22%
Industrie	1436	15,75%	4210	18,61%
Artisanat	563	6,18%	1580	6,98%
Profession libérale	462	5,07%	1131	4,99%
Maintenance	348	3,82%	865	3,82%
Total	9115	100%	22622	100%

Source : établi à partir des données de l'ANSEJ de Tizi-Ouzou

Figure n°7 : Le nombre des micro-entreprises créées par secteur d'activité



Source : établi à partir des données de l'ANSEJ de Tizi-Ouzou

A partir des données du tableau ci-dessus, nous remarquons que le plus grand nombre de micro-entreprises a été créé dans le secteur de BTPH, 2810 micro-entreprises sur un total de 9115 avec un taux de 30,83% , ensuite vient le secteur de service avec un nombre de 2333, avec un taux de 25,59% ,et l'industrie avec un taux de 15,75%,ensuite vient l'agriculture avec un taux de 12,76%, ensuit le secteur de l'artisanat et profession libéral, pour le premier est 6,18% pour le deuxième 5,07% ces deux secteurs ont permis la création de 2711 postes de travail, le secteur des maintenances est en dernière position, ce dernier a marqué la création de 348 micro-entreprises avec un taux de 3,82% et a permis la création de 865 emplois.

Nous pouvons déduire, qu'au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou le secteur le plus dynamique en termes de création de micro-entreprises est le secteur de BTPH et le secteur des services, quant aux secteurs les moins dynamiques est le secteur de Maintenance.

1.4. Création d'une micro-entreprise dans le cadre de l'ANSEJ

Dans le cadre du dispositif ANSEJ, le jeune promoteur (créateur) doit suivre plusieurs étapes et démarches pour créer sa propre entreprise, ainsi il a besoin d'une idée forte et d'une vaste motivation et des ressources et moyens pour lancer son projet.

1.4.1. La démarche de la création d'une micro-entreprise

La création d'une micro-entreprise comporte plusieurs étapes que le jeune promoteur doit franchir avec l'accompagnement de l'ANSEJ. Mais avant d'aborder ces étapes le créateur doit connaître ses points forts et faibles, pour qu'il puisse vérifier son envie d'entreprendre, ses

compétences, ses moyens (temps, acceptation des contraintes...), et son appui en termes humains et financiers.

A. La recherche de l'idée

L'idée du projet est le résultat de nombreuses recherches et interrogations sur la viabilité et la faisabilité du projet, telle que l'observation des attitudes et des comportements des gens dans leur vie quotidienne, la visite des salons et des foires, les discussions avec les fabricants et les utilisateurs des produits et des services.

B. L'élaboration des projets

La recherche d'information est une étape clé dans tous les processus entrepreneuriale, il importe d'identifier le besoin à l'information et les sources d'informations, ainsi que de procéder à sa recherche.

L'élaboration de projet comprend cinq grands volets :

B.1. Le volet économique : Il s'agit de définir exactement le produit, puis établir un plan de recueil des informations pour

- Connaitre les concurrents : leurs forces et leurs faiblesses ;
- Connaitre la demande : ses caractéristiques (âge, catégories socioprofessionnelles, le processus d'achat : qui acheté ? en quelle fréquence? ...) ;
- Déterminer les ventes prévisionnelles ;
- Définir une stratégie commerciale : en matière de prix, de distribution et de communication.

B.2. Le volet humain : l'équipe de l'entreprise est composée de trois éléments

- le créateur.
- Les associés.
- Les salariés.

B.3. Le volet technique : le choix du matériel doit tenir compte

- Des caractéristiques du produit ou service à réaliser ;
- Des quantités à produire.

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

Avoir constamment à l'esprit de la rechercher et l'utilisation optimale du matériel, et pour éviter la sous-utilisations ou la sur utilisation du matériel.

B.4. Le volet financier : l'étude financière permet de vérifier la cohérence des besoins financiers et des possibilités de ressources et la rentabilité du projet.

Les résultats de l'étude financière permettent de décider et de réaliser le projet et de reconsidérer les éléments commerciaux ou techniques ou d'abandonner le projet.

B.5. le volet juridique : c'est le cadre légal de l'entreprise et qui a une implication sur le niveau d'engagement de ses propriétaires envers les partenaires.

1.4.2. Le montage et le démarrage de l'entreprise

Le créateur doit établir un planning des tâches, bien articulées, de réalisation de son projet.

C'est une étape décisive car l'entreprise va être confrontée à la réalité de l'environnement et le créateur change de statut pour être chef d'entreprise, pour réussir le démarrage, le créateur doit mettre en place un système d'information qui renseigne sur l'évolution de l'entreprise, et analyse et corriger, à temps, les écarts éventuels.

1.5. Procédure de création de la micro-entreprise dans le cadre de l'ANSEJ

Le dispositif de création des micro-entreprise ANSEJ concerne deux types d'investissements⁶⁵ qui sont données ci-dessous

1.5.1. L'investissement de création

Ce type d'investissement porte sur la création de nouvelles micro-entreprises par un ou plusieurs jeunes promoteurs éligibles au dispositif ANSEJ.

A. Conditions d'éligibilité

Il existe quatre conditions qui éligible le jeune promoteur, il doit être chômeur, et âgé entre 19 ans et 35 ans, pour le gérant l'âge peut aller jusqu'à 40 ans avec engagement de créer trois (3) emplois permanents (y compris les associés), et avoir une qualification professionnelle en relation avec l'activité envisagée et mobiliser un apport personnel pour le financement du projet.

⁶⁵- Document ANSEJ : « Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes ».

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

B. Les montages financiers

Deux formules de financement sont prévues dans le cadre du dispositif ANSEJ :

B.1. Le financement triangulaire :

C'est une formule dont l'apport financier du ou des jeunes promoteurs est complété par un prêt sans intérêt accordé par l'ANSEJ et par un crédit bancaire.

Le financement triangulaire est un financement dit « tripartite » qui engage le promoteur, la banque et l'ANSEJ, ce type de financement est constitué comme suit :

1) L'apport personnel des jeunes promoteurs.

2) Le prêt non rémunéré de l'ANSEJ.

3) Le crédit bancaire dont les intérêts sont bonifiés à 100% et qui est garanti par le Fond de Caution Mutuelle de Garantie Risque /Crédits Jeunes Promoteurs.

Ce type de financement est structuré sur deux niveaux qui sont présentés dans le tableau ci-dessous :

Tableau n°16 : Le mode de financement triangulaire (ANSEJ)

	Montant de l'investissement	Prêt non rémunéré	Apport personnel	Crédit bancaire
Niveau 1	Jusqu'à 5.000.000 DA.	29%	1%	70%
Niveau 2	De 5.000.001 DA à 10.000.000 DA.	28%	2%	70%

Source : ANSEJ de Tizi-Ouzou

B.2. Le financement mixte

Dans ce type de financement, l'apport financier du ou des jeunes promoteurs est complété par un prêt sans intérêt accordé par l'ANSEJ.

Le financement mixte est un financement dit (bipartite), qui engage le promoteur et l'ANSEJ, ce type est constitué comme suit :

1) L'apport personnel du jeune promoteur.

2) Un prêt non rémunéré de l'ANSEJ (PNR).

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

Ce type de financement est structuré sur deux niveaux tels que présentés dans le tableau ci-dessous :

Tableau n°17 : Le mode de financement mixte (ANSEJ)

	Montant de l'investissement	Prêt non rémunéré	Apport personnel
Niveau 1	Jusqu'à un 5.000.000 DA	29%	71%
Niveau 2	De 5.000.001 DA à 10.000.000 DA	28%	72%

Source : ANSEJ de Tizi-Ouzou

C. Aides financières et avantages fiscaux

Ces aides financières et avantages fiscaux sont accordés sur deux phases :

C.1. Phase réalisation : Dans cette phase des aides et avantages fiscaux sont accordés par l'ANSEJ aux jeunes promoteurs.

C.1.1. Aides financières : Deux types d'aides financières sont accordés à la micro-entreprise il s'agit de :

C.1.1.1. Le prêt non rémunéré (Prêt sans intérêt) : C'est un prêt à long terme sans intérêt accordé par l'ANSEJ à la micro-entreprise.

Trois autres prêts non rémunérés supplémentaires sont accordés aux jeunes promoteurs :

- Un prêt non rémunéré de 500.000 DA destiné aux diplômés de la formation professionnelle, pour l'acquisition de véhicules ateliers en vue de l'exercice des activités de plomberie, électricité, bâtiment, chauffage, climatisation, vitrerie, peinture bâtiment, mécanique automobile, avec un apport personnel de 1% ou 2%, comportant un prêt ANSEJ de 28% ou 29% (Selon le montant de l'investissement), et un crédit bancaire de 70% bonifié à 100%.

- Un prêt non rémunéré de 500.000 DA, pour la prise en charge du loyer des locaux destinés à la création d'activités sédentaires, avec un apport personnel de 1% ou 2%, du prêt ANSEJ de 28% ou 29%, et d'un crédit bancaire de 70% bonifié à 100%.

- Un prêt non rémunéré peut aller jusqu'à 1.000.000 DA au profit des cabinets groupés, c'est-à-dire au profit des diplômés de l'enseignement supérieur, pour la prise en charge du loyer des locaux destinés à la création de cabinets groupés en vue de l'exercice d'activités relevant des

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

domaines médical ,auxiliaires de justice, expertise comptable, commissariat aux comptes, comptables agréés, bureau d'études et de suivi des secteur du bâtiment des travaux publics et de l'hydraulique(BTPH),avec un apport personnel de 1% ou 2% ,du prêt ANSEJ de 28% ou 29% et d'un crédit bancaire de 70% bonifié à 100%.

Ces trois prêt non rémunéré ne sont pas cumulatifs et sont accordés exclusivement pour les promoteurs sollicitant un financement triangulaire faisant intervenir la banque, l'ANSEJ et le promoteur uniquement pour la phase de création d'activité.

C.1.1.2. La bonification des taux d'intérêt du crédit bancaire

Dans le cadre du financement triangulaire, l'ANSEJ prend en charge une partie des intérêts du crédit bancaire.

La bonification des taux d'intérêt du crédit bancaire est de 100% pour tous les secteurs d'activités (taux d'intérêt 0%).

C.1.2. Avantages fiscaux

- Application du taux réduit de 5% en matière de droits de douane pour les biens d'équipement importés entrant directement dans la réalisation de l'investissement ;
- Exemption du droit de mutation à titre onéreux sur l'acquisition immobilière effectuée dans le cadre de la création de l'activité ;
- Exonération des droits d'enregistrement sur les actes constitutifs des micros-entreprise.

C.2. Phase exploitation : Les avantages fiscaux accordés dans cette phase sont :

- Exonération de la taxe foncière sur les constructions et additions de constructions,(pour une période de trois (3) ans ou six (6) ans pour les hauts plateaux et les zones spécifiques, et dix (10) ans pour le sud) ;
- Exonération de la caution de bonne exécution pour les artisans et micro-entreprise lorsqu'ils interviennent dans la restauration des biens culturels ;
- Exonération totale de l'impôt forfaitaire unique (IFU), à compter de la date de sa mise en exploitation (Pour une période de 3ans à partir du démarrage de l'activité ou six (6) ans pour zones spécifiques et dix (10) ans pour le sud) ;
- Prorogation de deux (2) années de la période d'exonération lorsque le promoteur s'engage à recruter au moins trois(3) employés pour une durée indéterminée ;
- A la fin de la période d'exonération, la micro-entreprise bénéficié d'un abattement fiscale de :
 - 70% des la première année.
 - 50% la deuxième année.

CHAPITRE IV :

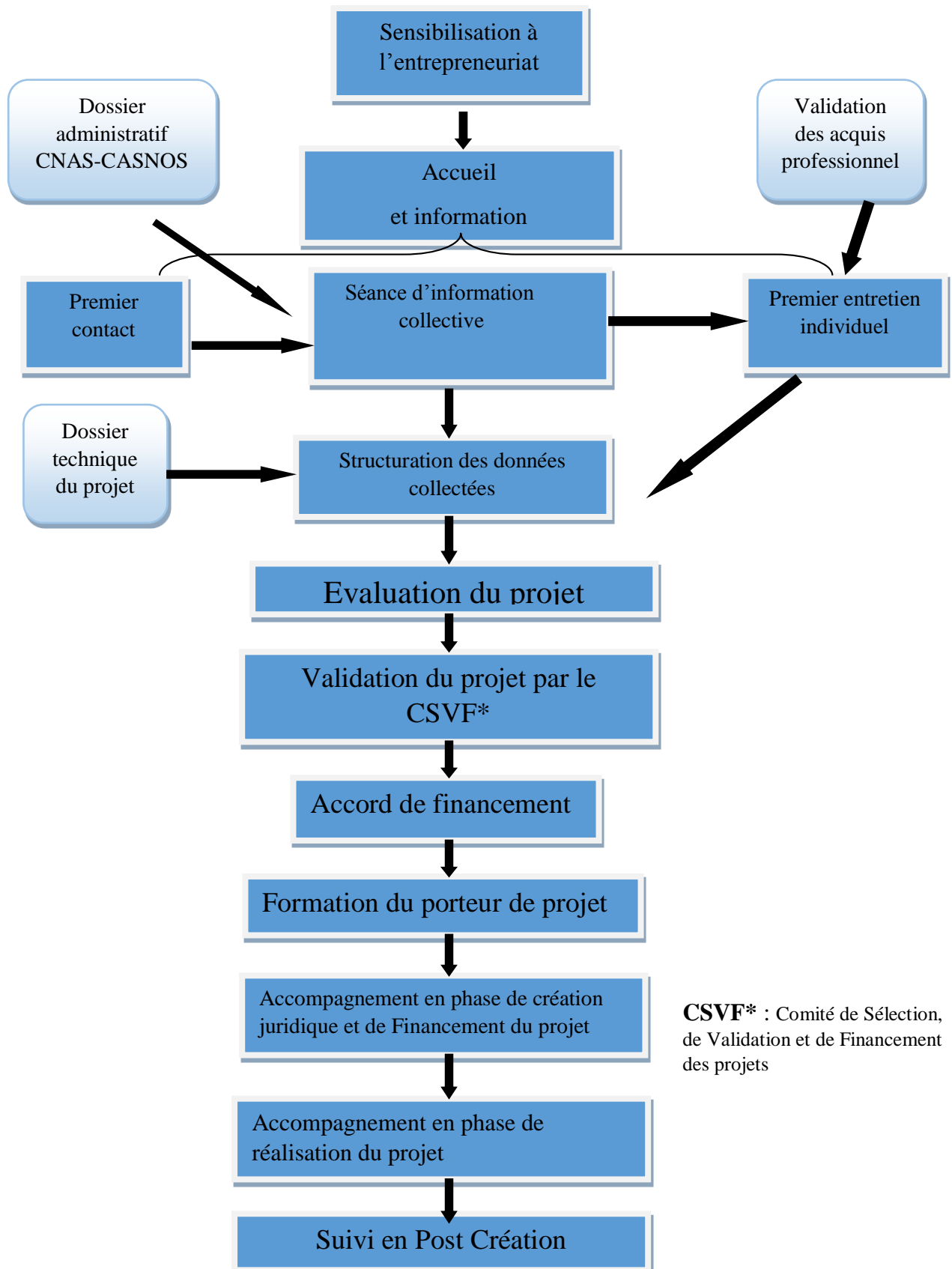
L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

-25% à la fin de la troisième année.

1.6. Les différentes étapes de l'accompagnement selon le manuel d'accompagnateur ANSEJ

Le manuel d'accompagnateur ANSEJ est un guide pour les accompagnateurs de l'agence, il indique les différentes étapes d'accompagnement à suivre ainsi que l'objectif de chaque étape les démarches à suivre et les outils utilisés.

Schéma n°02 : Les étapes de l'accompagnement en phase de création



CSVF* : Comité de Sélection, de Validation et de Financement des projets

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

1.6.1. Explication du schéma

A. La sensibilisation à l'entrepreneuriat : cette action n'est pas une étape en soi dans le parcours du jeune, elle est intemporelle dans le sens où elle peut se faire à tout moment en fonction du contexte.

A.1. Objectif de la sensibilisation

- _ Donner globalement envie d'entreprendre ;
- _ crée une culture favorable à la création d'une activité ;
- _ Valoriser l'esprit d'entreprendre ;
- _ Présenter sommairement le dispositif ANSEJ.

A.2. La démarche à suivre : mettre en œuvre les actions de sensibilisation en direction des jeunes, en partenariat avec les structures du système éducation-formation, les collectivités locales, mouvement associatif.

A.3. Outil de la sensibilisation

- _ Campagne de communication auprès du grand public par des spots tv, émission radiophoniques communiqués de presse ;
- _ Journées porte ouverte sur le dispositif ANSEJ ;
- _ séance d'information au profit du public ciblé sur des sites spécifiques, écoles supérieures, centre de formation, université.
- _ Affiches et dépliant ANSEJ ;
- _ Site internet de l'ANSEJ à développer interactivité, espaces d'échanges témoignages de chefs d'entreprise.

B. Accueil et information : nous distinguons trois phases

B.1. Phase 01 : Premier contact

cette phase consiste en un premier contact avec l'antenne ou l'annexe de l'ANSEJ, le jeune promoteur vient pour la première fois pour s'informer et s'orienter

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

B.1.1. Objectif de l'accueil et information

- _ Orienter le jeune en cas de besoins ;
- _ Inscrire le jeune à une séance d'information collective.

B.1.2. Démarche à suivre

- _ Accueillir le jeune ;
- _ Recueillir les informations sur le jeune et son idée de projet ;
- _ Orienter le jeune en cas de besoin vers d'autres dispositifs ;
- _ Remettre au jeune la liste des pièces constitutives du dossier administratif pour la justification de la non affiliation CNAS et CASNOS ;
- _ Inscrire le jeune à une séance d'information collective.

B.1.3. Outil de l'accueil et l' information

- _ Affiches, dépliants, site internet ANSEJ ;
- _ Registre d'inscription aux séances d'information collectives ;
- _ Fiche signalétique (prévoir une application lié à Outlook pour une meilleur gestion de rendez-vous, recherche des informations)

B.2. Phase 02 : Séance d'information collective

Séance animé par un accompagnateur. A ce stade le jeune va réellement découvrir ce que le dispositif ANSEJ peut lui apporter en matière d'accompagnement et comment il devra éventuellement procéder pour approfondir son objectif de création d'entreprise. Il est également mis en contact avec d'autres jeunes ce qui lui permettra par comparaison, d'évaluer son idée de création d'entreprise.

B.2.1. Objectif de séance d'information collective

- _ Donner une information claire et précise sur le dispositif ANSEJ et les conditions de création d'entreprise ;
- _ Inculquer la démarche qualitative de la création d'entreprise ;

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

- _ Promouvoir l'échange entre les jeunes ;
- _ Exercer une démotivation positive.

B.2.2. Démarche à suivre

- _ Animer des séances interactive ;
- _ Présenter le dispositif ANSEJ et la démarche de création d'entreprise ;
- _ Expliquer la démarche qualitative du parcours de l'accompagnement ;
- _ Remettre et expliquer le questionnaire de base ;
- _ Réceptionner les pièces administratives demandées (statut chômeur) ;
- _ Fixer un RDV pour un entretien individuel.

B.2.3. Outil de séance d'information collective

- _ Dossier administratif ;
- _ Fiche signalétique ;
- _ Diaporama du dispositif ANSEJ ;
- _ Dépliants ANSEJ ;
- _ Diaporama du processus qualitatif de création d'entreprise ;
- _ Films, témoignage d'entrepreneurs ;
- _ Questionnaire de base ;
- _ Agenda de l'accompagnateur.

B.3. Phase 03 : Premier entretien individuel

Séance animé par un accompagnateur qui suivra le jeune jusqu'à la création du projet.

Après réception des attestations de non affiliation (CNAS-CASNOS) confirmant le statut de chômeur du jeune. On aborde avec lui, le premier entretien individuel.

B.3.1. Objectifs de la phase 03

- _ Installer la relation (accompagnateur- porteur de projet) ;

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

- _ Connaître les motivations du jeune par rapport à son idée de projet et au parcours de l'accompagnement ;
- _ Arriver à une description de l'activité envisagée ;
- _ Entreprendre la démarche de validation des qualifications et des acquis professionnelles ;
- _ Vérifier l'adéquation (porteur de projet) ;
- _ Impliquer le porteur de projet à effectuer les recherches nécessaires pour préparer au mieux son projet.

B.3.2. Démarche à suivre

- _ Réexpliquer le parcours de l'accompagnement ;
- _ Orienter le jeune vers le réseau du secteur de la formation professionnelle, des chambres professionnelles pour la validation de ses compétences, si nécessaire ;
- _ Examiner le questionnaire de base avec porteur de projet ;
- _ Identifier les points forts et les points faibles du porteur de projet ;
- _ Remettre et expliquer les outils de recueil d'information relative au marché, aux équipements et aux matières et fourniture ;
- _ Remettre la liste des pièces constitutives du dossier technique ;
- _ Signature de contrat d'accompagnement ;
- _ Fixer un RDV pour le prochain entretien individuel

C. Le recueil d'information

Le recueil d'information se fait en deux étapes (les 10 premiers jours sont consacrés à l'information sur le marché et les 05 jours suivants à l'information technique).

C.1. Outil de recueil d'information

- _ Questionnaire de base ;
- _ Agenda de l'accompagnateur ;
- _ Fiche d'entretien ;
- _ Contrat d'accompagnement ;

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

- _ Etude de marché ;
- _ Etude d'implantation ;
- _ Tableau des équipements requis ;
- _ Tableau des travaux d'aménagement ;
- _ Tableau des besoins en matières premières et fournitures.

D. Structuration des données collectées

D.1. Objectif de structuration des données

- _ Structurer et organiser les informations collectées par le porteur de projet ;
- _ Vérification de l'adéquation produit/marché ;
- _ Détection des besoins en formation du porteur de projet ;
- _ Déterminer les choix fondamentaux (commerciaux, économique, technique, ressources humaines, juridique et financier).

D.2. Démarche à suivre

- _ Analyse des informations collectées (étude de marché, étude d'implantation)
- _ Déterminer les choix commerciaux économiques :
 - Préciser la nature des services ou produit ;
 - Cibler la clientèle ;
 - Identifier la concurrence et les éléments de différenciation par rapport à celle-ci ;
 - Choisir le lieu d'implantation ;
 - Définir la stratégie commerciale.
- _ Déterminer les choix techniques :
 - Indiquer les besoins en terme d'aménagement : visite sur le site ;
 - Etablir le tableau des matières premières et fournitures ;
 - Préciser la nature des équipements à acquérir ;
 - Indiquer les assurances contractées ;
 - Réceptionner les pièces constitutives de dossier technique.
- _ Déterminer les choix des ressources humaines :

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

- Identifier les besoins en personnel ;
- Préciser le niveau de salaire mensuel.

_ Déterminer les choix juridiques :

- Choisir la forme juridique ;
- Déterminer les ressources financières.

D.3. Outil de structuration des données

- Fiche d'entretien ;
- Etude de marché ;
- Etude d'implantation ;
- Tableau des formes juridique ;
- Tableau des besoins en ressources humaines ;
- Tableau des équipements requis
- Tableau des travaux d'aménagement ;
- Tableau des besoins en matières premières et fournitures ;
- Facture pro forma de devis ;
- Agenda de l'accompagnement.

E. Evaluation du projet

A ce niveau intervient l'évaluation du projet, la vérification de sa faisabilité, la mesure de sa rentabilité et sa finalisation du business plan ou étude technico-économique avec le porteur de projet avant de transmettre le dossier à la commission locale d'étude de financement des projets.

E.1. Objectif d'évaluation du projet

Elaboration de dossier technico-économique et appréciation de la rentabilité du projet en fonction des choix arrêtés.

E.2. La démarche à suivre

- Etude de l'investissement ;

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

- Etude de financement ;
- Etude économique de l'exploitation ;
- Etude de rentabilité.

E.3. Outil d'évaluation du projet

- Dossier technique (facture pro forma, devis)
- Business plan ;
- Fiche d'entretien ;
- Agenda de l'accompagnement.

F. Validation du projet par le CSVF

F.1 Objectif de validation du projet par le CSVF

Appréciation technique et validation du projet par CSVF

F.2. La démarche à suivre :

- soumettre le projet à la CSVF par l'ANSEJ ;
- présentation du projet par le jeune promoteur ;
- étude du projet par CSVF ;
- réception du PV par la CSVF ;
 - Accord : attestation d'éligibilité signé par le directeur d'antenne ;
 - Rejet : notification du rejet par le directeur d'antenne ;
 - En cas de recours : le projet sera soumis de nouveau à l'étude au niveau de l'antenne avant sa présentation à la CSVF.

En cas du rejet de projet en deuxième examen, le porteur de projet a la possibilité de présenter un recours auprès de la commission nationale de recours.

F.3. Outil de validation du projet par le CSVF

- business plan
- dossier technique et administratif.

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

G. Accord au financement

G.1. Mode de financement : Il y'a deux modes de financement

G.1.1. Financement mixte

L'apport du jeune promoteur est compléter par les prêts non rémunérés de l'ANSEJ.

G.1.2. Financement triangulaire

L'apport du jeune promoteur est compléter par les prêts non rémunérés de l'ANSEJ et un crédit bancaire.

Dans le cas de financement triangulaire, l'objectif de cette étape est l'obtention du crédit bancaire.

G.2. Démarche à suivre

Présenter le porteur de projet à négocier un crédit bancaire sur la base d'une maitrise des conditions de prêt en matière du :

- Durée de crédit ;
- Durée du différé ;
- Taux d'intérêt ;
- Elaboration d'un échéancier de remboursement du prêt bancaire.

G.3. Outil d'accord au financement

- Business plan
- Modèle d'échéancier de remboursement du crédit ;
- Fiche d'entretien ;
- Agenda de l'accompagnement.

H. Formation du porteur de projet

Cette étape est tributaire de l'accord de financement

H.1. Objectifs de formation du porteur de projet

- Augmenter les chances de réussite du projet par le refinancement des capacités du porteur de projet en matière de :

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

- Négociation commerciale ;
- Gestion des contrats ;
- Gestion d'entreprise.

H.2. Démarche à suivre

- Détection et analyse des besoins en formation par l'accompagnateur ;
- Elaboration des programmes de formation et organisation de cycles de formation par l'antenne chef de fil selon les besoins des porteurs de projet.

H.3. Outil de formation du porteur de projet

- Fiche d'évaluation des besoins en formation ;
- Planning des cycles de formation ;
- Fiche d'entretien ;
- Agenda de l'accompagnement.

I. Accompagnement en phase de création juridique et de financement du projet

I.1. Objectif d'accompagnement en phase de création juridique et de financement du projet

- Mobiliser les financements
- Création juridique.

I.2. Démarche à suivre

- Bail de location statut juridique ;
- Certificat d'existence (carte fiscal) ;
- Inscription au registre de commerce à la chambre d'artisanat, à la chambre d'agriculture, à l'ordre des professions réglementées ;
- Ouverture d'un compte commercial au nom de la micro-entreprise ;
- Versement de l'apport personnel ;
- Cotisation au fond de garantie ;

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

- Virement d'un PNR par directeur d'antenne ;

I.3. Outil d'accompagnement en phase de création juridique et de financement du projet

- Fiche d'entretien
- Agenda de l'accompagnateur

J. Accompagnement en phase de réalisation du projet

J.1. Objectif d'accompagnement en phase de réalisation du projet

Réaliser le projet dans les meilleures conditions et les meilleurs délais

J.2. Démarche à suivre

- Entretenir une relation régulière avec le porteur de projet (tous les 15 jours) par des entretiens et des visites sur site pour constater l'état d'avancement de la réalisation du projet;
- Aider les porteurs de projet dans ses démarches pour l'acquisition des équipements en matière de :

- Modalités de paiement ;
- Respect des délais de livraisons ;
- Formalités douanières ;
- Formalités administrative et règlementaire ;
- Conformités des équipements aux références techniques ;
- Réception des équipements (provisoire et définitive)

J.3. Outil d'accompagnement en phase de réalisation du projet

- Fiche d'entretien ;
- Livret de suivi ;
- Facture pro forma et définitives ;
- Devis des travaux et d'aménagement et facture y afférentes
- Agenda d'accompagnateur.

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

K. Accompagnement en post création : on distingue deux phases

K.1. Accompagnement au démarrage

L'étape de démarrage de l'activité commerce des réceptions provisoire des équipements en prend fin avec leur description définitive.

Il s'agit d'une phase cruciale, lors de laquelle, le porteur de projet devient un chef d'entreprise qui doit désormais prouver ces capacités de gestion d'entreprise dans un environnement concurrentiel.

K.1.1. Objectif d'accompagnement au démarrage

- Aider le jeunes entrepreneur à mettre en place un système d'information et de gestion qui le renseigner sur la marche de son entreprise.
- Encourager le jeune à passer du statut de porteur de projet à celui de chef d'entreprise.

K.1.2. Démarche à suivre

- Aider le jeune entrepreneur dans ses démarches pour le démarrage effectif en matière de formalité administrative et réglementaire.
- Soutien morale de jeune entrepreneur par rapport aux difficultés qui caractérisent tout démarrage d'activité.
- Analyse périodique des résultats par rapport aux provisions ;
- Applications des mesures collectives

K.1.3. Outil d'accompagnement au démarrage

- Fiche d'entretien ;
- Tableau de création ;
- Livret du suivi ;
- Business plan ;
- Journal (consommation, recette) ;
- Agenda d'accompagnateur.

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

K.2. Accompagnement après démarrage

K.2.1. Objectif d'accompagnement après démarrage

L'objectif de cette étape est de veiller à la pérennité et au développement de la micro-entreprise.

K.2.2. Démarche à suivre

- Veiller à garder le contact avec le chef d'entreprise par l'organisation de l'entrevue périodiques visites sur site et entretien téléphonique ;
- Aider le jeune entrepreneur à surmonter les contraintes de gestion et également, celle liées à un découragement dû à ses nouvelles responsabilités.
- Aider à la construction d'indicateurs de gestion ;
- Aider à la mise en place d'une stratégie de développement de l'entreprise ;
- Aider à l'intégration d'un réseau professionnel crée à partir de la base de données des jeunes promoteurs ;
- Organiser des actions de parrainage pour offrir un conseil spécialisé aux jeunes chefs d'entreprise ;
- Détecter les besoin en formation des chefs d'entreprise.

K.2.3. Outil d'accompagnement après démarrage

- Fiche d'entretien ;
- Tableau de bord ;
- Livret de suivi ;
- Convention et contrat conclus par l'entreprise ;
- Internet ;
- Annuaire d'entreprise ;
- Pépinière d'entreprise ;
- Agenda d'accompagnement.

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

1.6.2. L'investissement d'extension

L'investissement d'extension concerne les investissements réalisés par une micro-entreprise en situation d'expansion.

L'investissement d'extension concerne les micro-entreprises réalisées dans le cadre du dispositif ANSEJ et qui ont la propension à l'extension des capacités de production dans la même activité ou une activité connexe.

A. Conditions d'éligibilité

La micro entreprise doit répondre aux conditions suivantes :

- Cumul de 03 années d'activité en zones normales, ou 06 années en zones spécifiques.
- Remboursement du crédit bancaire à hauteur de 70% en cas de financement triangulaire.
- Remboursement intégrale du crédit bancaire en cas de changement de banque ou de type de financement du triangulaire vers le mixte.
- Remboursement à hauteur de 70% du prêt non rémunéré en cas de financement mixte.
- Remboursement régulier des échéances du prêt non rémunéré.
- Avoir des bilans fiscaux retraçant l'évolution positive de la micro-entreprise.

B. Les montages financiers

Deux formules de financement sont prévues dans le cadre du dispositif ANSEJ pour l'investissement d'extension qui sont identique à l'investissement de création (le financement triangulaire et le financement mixte).

C. Aides financières et avantage fiscaux

Les même aides financières et avantage fiscaux accordés à l'investissement de création sont appliqués à l'investissement d'extension.

Les prêts non rémunérés supplémentaire ne sont pas accordés en investissement d'extension.

1.7. Les étapes de la création d'une micro-entreprise au prêt de l'ANSEJ

Pour crée une micro-entreprise le jeune promoteur doit suivre quelque étapes⁶⁶ qui sont :

⁶⁶ - Document ANSEJ : « Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes »

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

1.7.1. Inscription

Pour s'inscrire le jeune promoteur doit déposer au niveau de l'ANSEJ les papiers suivants :

- Le formulaire d'inscription ;
- Copie de la carte nationale d'identité ;
- Inscription à l'Agence Nationale à l'Emploi (ANEM) ;
- Une photo.

1.7.2. Etude de projet

Consiste à élaborer un plan d'affaires par l'accompagnateur en collaboration avec le promoteur de l'activité, et l'élaboration de la fiche de présentation du projet.

1.7.3. La présentation du projet au niveau du C.S.V.F

Le jeune promoteur doit exposer son projet d'investissement devant le comité de sélection, de validation et de financement.

A. Membre de Comité de Sélection de Validation et de Financement (C .S.V.F)

- Un représentant du wali ;
- Un représentant de direction de l'emploi ;
- Un représentant du CNRC ;
- Un représentant de la direction des impôts ;
- Chef d'agence de l'emploi de wilaya ;
- Les représentants des banques ;
- Un représentant de la chambre professionnelle concerné ;
- Un conseiller accompagnateur de l'ANSEJ.

La présidence du comité est assurée par le Directeur d'antenne

B. Le rôle du C.S.V.F

Il est chargé de :

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

- D'examiner les projets présentés ;
- D'émettre un avis sur la pertinence, la viabilité et le financement des projets ;

C. Avis du C.S.V.F

A l'issue de cette présentation, les membres du comité vont se prononcer sur l'éligibilité du projet à savoir :

- La validation qui sera sanctionné par l'attestation d'éligibilité ;
- L'ajournement qui requiert la levée des réserves émises par les membres ;
- Le rejet qui sera sanctionné par la notification de rejet.

1.7.4. Etablissement des attestations

A- Attestation d'éligibilité : Cette attestation est établie par les services de l'ANSEJ et délivrée aux promoteurs remplissant les conditions d'éligibilité relatives à l'âge, la qualification et au statut chômeur ainsi que l'éligibilité du projet prononcé par l'avis du C.V.V.F.

-Nombre d'exemplaire : 03.

B- Attestation de rejet : Elle est délivrée aux promoteurs dont leur projet est rejeté par motif au niveau C.S.V.F, ces derniers ils ont le droit d'introduire un recours à la commission locale après un premier rejet, ils peuvent introduire un recours à la commission nationale après un deuxième rejet.

-Délais d'introduction des recours est de 15 jours.

1.7.5. Accord bancaire (Financement triangulaire)

Pour avoir un accord bancaire le jeune promoteur doit :

- Préparation du dossier ;
- Accompagnement auprès de la banque ;
- Notification d'accord bancaire.

1.7.6. Réalisation du projet

Afin de réaliser son projet d'investissement le jeune promoteur doit suivre les étapes suivantes :

A- La création juridique de la micro-entreprise

Il s'agit d'établir toutes les formalités administratives liées à la création de la micro-entreprise :

-Constat de visite de préfinancement.

1-Dépôt de l'accord bancaire ;

2-Ouverture d'un compte commercial ;

3-Versement de l'apport personnel.

-Etablir le registre de commerce /carte d'artisan/carte professionnelle d'agriculture, agrément (Professions libérales).

-Statut d'entreprise pour les sociétés ;

-Déclaration d'existence (phase réalisation) ;

-Autorisation d'exploitation ;

-Contrat de location ;

-Cachet de la micro-entreprise ;

-Adhésion au fonds de garantie ;

-Constat de visite de préfinancement.

B- Notification des avantages liés à la phase réalisation

Après la création juridique de la micro-entreprise, l'ANSEJ établit la décision d'octroi d'avantage liés à la phase réalisation par :

-Signature des cahiers des charges et billet à ordre.

-Etablissement et délivrance de la Décision d'octroi d'avantage pour la phase réalisation (DOAR).

-Signature de la convention du PNR.

C- Formation du promoteur

La formation est une étape importante, elle complète le processus d'accompagnement, elle s'articule autour des notions de bases sur la gestion des entreprises.

-Le contenu de la formation : marketing, calcul de coûts, comptabilité, planification financière, complétés par la fiscalité et les obligations vis-à-vis des partenaires.

D- Financement

Versement par l'ANSEJ du PNR (prêt non rémunéré) au compte commercial, ouvert aux prés de la banque domiciliataire avec des ordres de virement.

E- Acquisitions des équipements et matériels

Une fois que le projet de jeune promoteur est financé, il procède a l'acquisition des équipements et matériels pour commencer leur activité, mais avant la réception final des matériels il doit suivre des étapes telle que :

- L'établissement d'ordre d'enlèvement de 30% et retrait du chèque auprès de la banque ;
- Un constat du matériel avec huissier de justice ;
- L'établissement d'ordre d'enlèvement de 70% et retrait du chèque de la banque ;
- Et enfin la réception définitive des matériels.

1.7.7. Exploitation de l'activité

Une fois la réception des matériels est réalisé le jeune promoteur peut commencer son activité mais il doit d'abord préparer le dossier lié à la phase exploitation, pour bénéficier des avantages lié à la phase exploitation.

A- Dépôt de dossier lié à la phase exploitation

Le dossier est constitué de :

- Facture définitive d'achat ;
- Contrat et subrogation d'assurance ;
- Nantissement des équipements et matériels ;
- Gage du moyen roulant ;

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

- Historique du compte bancaire ;
- Tableau d'échéancier du crédit bancaire ;
- Constat de démarrage d'activité.

B- Notification des avantages liés à la phase exploitation

- Etablissement de la création d'octroi d'avantages pour la phase exploitation DOAE.

1.8. Fond de caution mutuelle de garantie risque/crédit jeunes promoteurs

1.8.1. Le rôle du fond de garantie

Le Fond de Caution Mutuelle de Garantie Risque/Crédits Jeunes Promoteurs⁶⁷ a été créé afin de garantir les crédits accordés par les banques et les établissements financiers aux micro-entreprises créées dans le cadre du dispositif ANSEJ.

La garantie du fonds complète celles déjà fournies par le promoteur aux établissements de crédits à savoir :

- Le nantissement des équipements au 1^{er} rang au profit de la banque ou de l'établissement financier et au profit de l'ANSEJ au 2^{ème} rang ;
- L'assurance multirisque subrogée au profit de la banque en premier rang et au deuxième rang au profit de l'ANSEJ ;

Les adhérents au Fonds de Garantie sont d'une part les banques et les établissements financiers et d'autre part, les micro-entreprises ayant opté pour la formule de financement triangulaire dans le cadre du dispositif ANSEJ, aussi bien pour les investissements de création que ceux de l'extension.

1.8.2. Les modalités d'adhésion et de cotisation

L'adhésion de la micro-entreprise au fonds se fait après notification de l'accord bancaire et avant la délivrance de la décision d'octroi des avantages par les services de l'ANSEJ.

Le montant de la cotisation est calculé sur la base du montant du crédit bancaire et de sa durée.

⁶⁷ - Document ANSEJ : « Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes »

Le taux de la cotisation pour chaque échéance est de 0,35% du principal restant à rembourser.

Le paiement de la cotisation au profit du fonds est effectué en une seule fois et intégralement au moment de l'adhésion de la micro entreprise.

1.8.3. Les ressources du fond

Les ressources du fonds sont constituées⁶⁸ par

A- Une dotation initiale en fonds propres constituées par

-L'apport en capital de l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes ;

-L'apport de trésor public ;

-L'apport en capital des banques et des établissements financiers adhérents ;

-D'une partie du reliquat non utilisé du fonds de la caution mutuelle de garantie des activités industrielles, commerciales et artisanales. Ce reliquat concerne le montant des adhésions des établissements de crédit.

B- Les cotisations versées au Fonds par :

-Les jeunes promoteurs.

-Les banques et les établissements financiers adhérents.

C- Les produits des placements financiers des fonds propres et cotisations perçues.

D- Les dons, legs et subventions consentis au fonds.

E- Des dotations complémentaires en fonds propres, en tant que de besoin, provenant des participants au capital initial et de nouvelles banques ou établissements financiers adhérents.

⁶⁸ -Décret exécutif n° 98-200 du 14 Safar 1419 correspondant au 9 Juin 1998 portant création et fixant les statuts de fonds de caution mutuelle de garantie risque.

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

Le Fonds peut recourir à des facilités bancaires pour couvrir ses besoins de trésorerie et procéder en conformité avec la réglementation en vigueur, à toutes les opérations de placement qu'il juge utiles.

Section 02 : Méthodologie et organisation de l'enquête

Pour un besoin de notre travail, nous avons mené une enquête sur l'ANSEJ de la wilaya de Tizi-Ouzou à partir d'un échantillon de créateurs d'entreprises.

La création des richesses dans une société est le fruit du dynamisme et de la compétitivité de son tissu industriel dont la création d'entreprises constitue l'élément fondamental de cette dernière.

Cette création d'entreprises se base sur deux éléments importants :

En premier, l'entrepreneur qui est considéré comme le clef de cette richesse grâce à son travail et à la décision de création. Il s'occupe de la mobilisation et l'allocation des ressources, la recherche d'opportunités, la recherche de position la plus profitable pour son entreprise.

Ensuite, le milieu dans lequel il a vécu plusieurs événements, ce milieu influence l'action de l'entrepreneur que ce soit dans l'évènement de l'idée de création ou tout au long du cycle de vie de l'entreprise.

En effet, l'environnement familial, professionnel ont un effet déterminant dans l'action de création.

Notre enquête vise à faire ressortir le rôle de l'accompagnement à la création des entreprises dans le cadre du dispositif ANSEJ dans la wilaya de Tizi ou zou et avoir ressortir les avantages et les limites de ce dispositif. Ainsi que nous allons présenter les principales contraintes entravant les entrepreneurs lors de la création d'entreprise.

2.1. L'objet de notre recherche

Pour répondre à la question principale posée, (subdivisionnaire). Il s'agira de déterminer les avantages et les limites du dispositif ANSEJ en termes d'accompagnement.

2.2. L'idée du questionnaire

Pour les besoins de notre enquête nous avons utilisé deux questionnaires adressés aux jeunes entrepreneurs, à l'origine de création de leur propre entreprise, et l'autre pour le responsable de l'ANSEJ

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

Le questionnaire a été élaboré dans le but de déterminer l'efficacité de l'accompagnement des jeunes créateurs au sein du dispositif ANSEJ et afin de tester notre principale question étudiée dans la partie théorique :

« Quel accompagnement optimal pour un appui efficace à la création d'entreprise dans le cadre du dispositif ANSEJ, afin que ces entreprises soient pérennes et contribuent pour le mieux dans l'économie nationale ? ».

Les suppositions qui nous ont guidés à son élaboration sont les suivants :

- Quels sont les contraintes affrontent les entrepreneurs algériens lors de l'acte de création de leurs entreprises ?
- Quels sont les instruments proposés par l'ANSEJ ?
- Ses instruments présentent-ils les caractéristiques d'un accompagnement optimal ?

2.3. La formulation du questionnaire

Afin de ne pas aborder le questionnaire et d'avoir le maximum de réponses, nous avons veillé à ce que les questions soient administrées de la manière la plus claire et la plus courte possible. Nous avons essayé de mettre en place des questions de différents types, à savoir :

- Questions fermées à choix multiple (permet de choisir parmi plusieurs possibilités, le nombre de choix peut être limité ou non).
- Questions ouvertes (une question ouverte est une question dont la formulation laisse au répondant toute latitude pour construire librement sa réponse et la donner avec ses propres mots).

Les questions choisies assurent :

- La clarté qui facilite la compréhension ;
- La neutralité qui n'influence pas les réponses ;
- Un vocabulaire simple et non pas technique ;
- Des questions ouvertes pour mieux enrichir les réponses.

2.4. Traitement de questionnaire

Le questionnaire a été vérifié et codifiés pour constituer une banque de données à partir de laquelle des statistiques ont pu être opérés à l'aide du langage Microsoft Excel.

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

Nous avons recensé les statistiques qui nous permettent d'analyser notre base de données à travers les tableaux de fréquence, et enfin à faire sortir les résultats et réponses à propos des questions que nous avons posées au départ.

Ayant ainsi présenté les démarches méthodologiques de notre enquête, nous procéderons à la présentation et l'analyse des résultats de l'enquête de terrain qui fera l'objet de la troisième section.

Section 03 : Analyse des résultats de l'enquête

L'entrepreneur est l'acteur principal dans l'activité de la création d'entreprise, il est la source de l'idée. C'est à lui que revient la décision de se lancer dans la création.

3.1. Présentation et identification de l'entrepreneur

3.1.1. Répartitions des entrepreneurs par sexe

Tableau n° 18 : Sexe de l'entrepreneur

Sexe	Fréquence	Pourcentage
Homme	16	80%
Femme	4	20%
Total	20	100%

Source : Résultat de notre enquête.

Selon les résultats de notre enquête présentée dans le tableau n° 18, les hommes représentent une part très importante, au sein de la catégorie entrepreneur, En effet, sur 20 entrepreneurs enquêtés, 16 sont des entrepreneurs hommes, soit 80% de la population enquêtée, la part des femmes entrepreneuses et moins importante que celle des hommes, elle représente que 20% de la population enquêtée, ceci montre que la fonction de l'entrepreneur reste une activité propice aux hommes. Les caractéristiques de la société algérienne ne facilitent pas l'intégration des femmes dans un milieu qui paraît dur et fermé.

3.1.2. L'âge des créateurs d'entreprise

Tableau n°19: L'âge des créateurs d'entreprise

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

Age	Fréquence	Pourcentage
Moins de 20 ans	-	00%
Entre 20 et 25 ans	4	20%
Entre 25 et 30 ans	13	65%
Entre 30 et 35 ans	1	5%
Entre 35 et 40 ans	2	10%
Total	20	100%

Source : Résultat de notre enquête.

Pour ce résultat, la réponse des entrepreneurs sur la question illustrée dans le tableau n°19, concerne leur âge actuellement d'où le taux le plus élevé est de 65% présenté par la catégorie d'âge entre 25 et 30 ans, et avec 20% pour la tranche d'âge entre 20 et 25 ans.

3.1.3. Niveau d'étude

Tableau n°20 : Le niveau d'instruction des entrepreneurs

Niveau d'instruction	Fréquence	Pourcentage
Primaire	-	00%
Moyen	7	35%
Secondaire	3	15%
Etude supérieurs	5	25%
Formation professionnelles	5	25%
Sans instruction	-	00%
Total	20	100%

Source : Résultat de notre enquête

L'ensemble des entrepreneurs enquêtés, 35% ont un niveau d'étude moyen, et 15% ont un niveau d'étude secondaire et 25% ont des études supérieures et des formations professionnelles. Nous constatons d'après ces résultats que la plupart des entrepreneurs ont un niveau d'instruction moyen, cette situation peut être s'expliquer principalement par le chômage au bien la plupart des jeunes entrepreneurs préfèrent de créer leur propre emploi.

3.1.4. Le secteur d'activités du projet

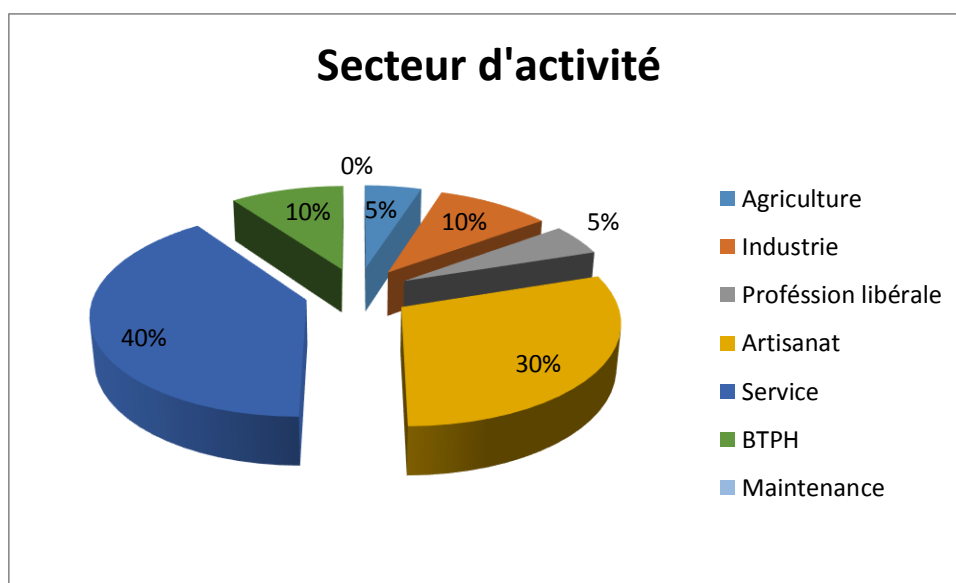
Tableau n° 21 : La répartition de l'entreprise enquêtée selon le secteur d'activité

Secteur d'activité	effectif	Pourcentage
Agriculture	1	5%
Industrie	2	10%
Profession libérale	1	5%
Artisanat	6	30%
Service	8	40%
BTPH	2	10%
Total	20	100%

Source : résultats de l'enquête.

Notre échantillon est constitué de 20 entreprises appartenant aux différentes branches d'activités existantes au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou comme, l'industrie, bâtiments et travaux public et les services, comme le montre le tableau n° 21, couvrent les différents secteurs d'activité existant.

Figure n°08 : La répartition de l'entreprise enquêtée selon le secteur d'activité



Source : réalisé par nos soins a partir de résultat de l'enquête.

A la lecture du la figure n°08, nous constatons que la plus grande proportion des jeunes entrepreneurs soit 40% ont créé leur entreprises dans le secteur tertiaire à savoir des services, car ce secteur est porteur de développement et d'opportunités d'affaires et ne nécessitent pas

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

d'investissement lourd. Cependant 30% des entreprises hébergés dans l'artisanat, contre 10% d'entreprises d'industrie et BTPH, et 5% correspond l'agriculture et la profession libérale. La prépondérance des entreprises de services au détriment de celles et BTPH, s'explique par les opportunités d'affaires qui se présentent plus le secteur tertiaire que dans le secteur primaire et secondaire.

3.1.5. Le choix du secteur d'activité

Tableau n°22 : Le choix du secteur d'activité

Le choix du secteur	Fréquence	Pourcentage
Des conseils du dispositif sollicité	2	8,33%
Des conseils des amis ou de la famille	4	16,66%
Une évaluation des opportunités présentent dans l'environnement	4	16,66%
Du diplôme acquis	9	37,50%
Expérience antérieurs dans le domaine	5	20,83%
Total	24	100%

Source : Résultat de l'enquête, ANSEJ 2016.

A travers la lecture de tableau que certaines personnes questionnées avaient choisi leur activités en fonction de plusieurs facteurs, la réponse la plus fréquente (37,5%) à été le choix en fonction de leur diplôme acquis, en deuxième position les enquêtés ont cité , l'expérience acquise antérieurement comme un déterminant pour (5) jeunes entrepreneurs le choix du secteur d'activité. En troisième lieu, 16,66% sont choisies leur secteur à travers les conseils des amis ou de la famille et aussi à travers une évaluation des opportunités présentent dans l'environnement, enfin 8,33% seulement par (2) entrepreneurs ayant des conseils du dispositif ANSEJ, donc ce dernier il n'a jouée aucune rôle dans le choix du secteur d'activité.

3.1.6. La situation professionnelle avant la création d'entreprise

Figure n°09 : Exercice de l'activité professionnelle avant la création de l'entreprise

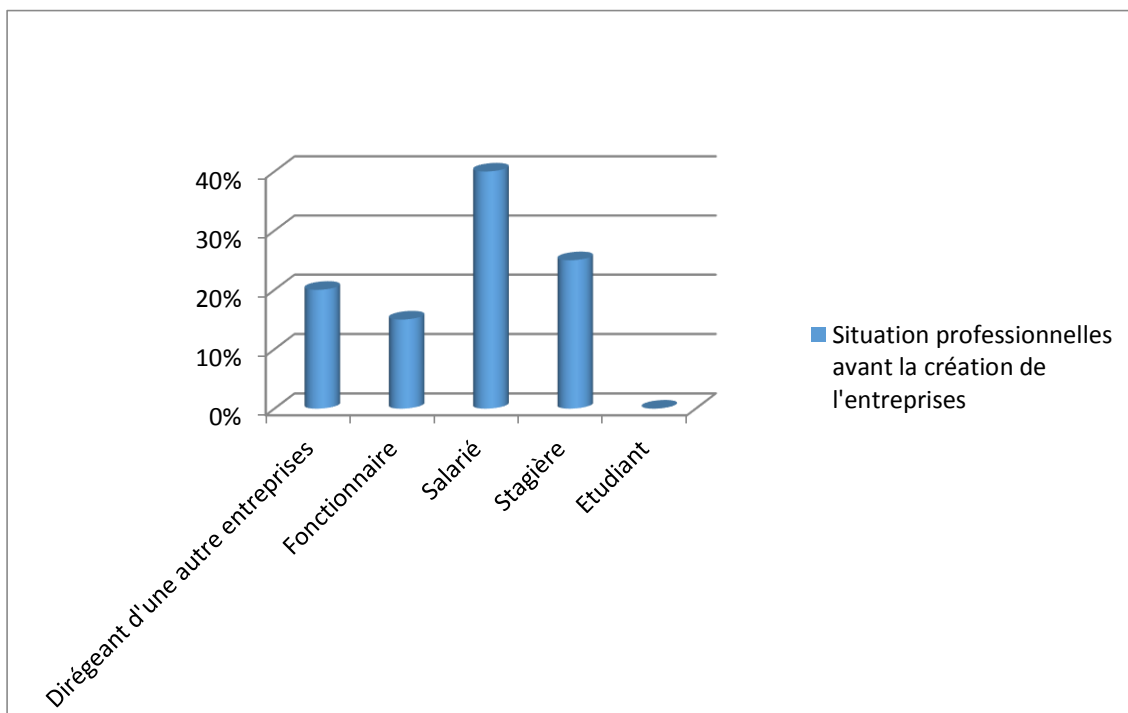


Source : Résultat de l'enquête, ANSEJ 2016

Pour l'activité professionnelle avant la création, on a constaté que 19 porteurs sur 20 avaient déjà exercé des activités professionnelles avant la création de leurs entreprises.

-Le statut de l'entrepreneur avant la création de l'entreprise

Figure n°10 : Le statut de l'entrepreneur avant la création de l'entreprise

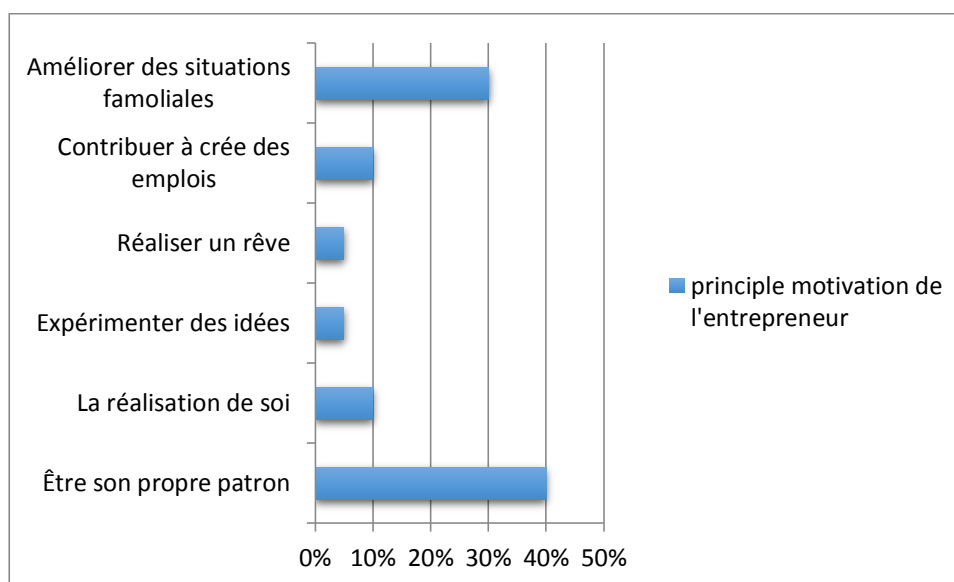


Source : Réalisé par nos soins à partir de résultat de l'enquête.

La plupart des jeunes entrepreneurs interrogés étant des salariés (40%) ont des expériences dans leur travail, en deuxième lieu les stagiaires (des centres de formation sur tout) avec une portion de 25%, en troisième position viennent les dirigeant d'une autre entreprise de 20% et dernier lieu de 15% sont des fonctionnaires, généralement les jeunes entrepreneurs salariés cherchent à améliorer leur situation professionnelle.

3.1.7. Les principales motivations de l'entrepreneur

Figure n°11 : Les principales motivations de l'entrepreneur



Source : Réalisé par nos soins à partir de résultat de l'enquête.

L'entrepreneur est généralement doté d'un fort sentiment d'indépendance et d'autonomie et un besoin d'être son propre chef, pour réaliser ses rêves et ambitions. Chose qui se confirme d'après les résultats de notre enquête, 8 entrepreneurs, soit (40%) ont affirmé avoir créé leurs entreprises dans le but d'assurer leur propre emploi, améliorer la situation familiale est cité en second lieu par 6 entrepreneurs de (30%), en troisième lieu, 4 entrepreneur de (10%) se sont lancés dans les affaires pour se valoriser la réalisation de soi et contribuer à crée des emplois qui veulent avoir un travail sur mesure, et 5% pour les entrepreneurs qui veulent exprimer des idées et réaliser leurs rêves.

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

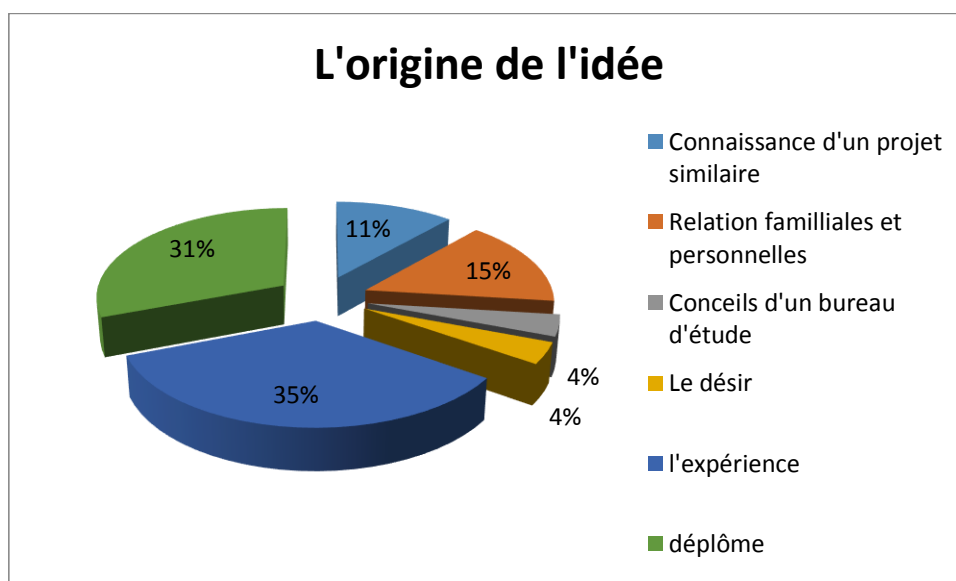
3.1.8. L'origine de l'idée de création

Tableau n°23 : L'origine de l'idée de création

L'origine de l'idée	Fréquence	Pourcentage
Connaissance d'un projet similaire	3	11,53%
Relation familiales et professionnelles	4	15,38%
Conseils d'un bureau d'étude	1	3,84%
Le désir	1	3,84%
L'expérience	9	34,61%
Diplôme	8	30,76%
Total	26	100%

Source : résultats de l'enquête.

Figure n° 12 :L'origine de l'idée de création



Source : Réalisé par nos soins à partir de résultat de l'enquête

Pour les entrepreneurs enquêtés, il n'y a pas une seule raison qui pour eux leur a facilité et stimulé la création de leurs entreprises, plusieurs raison qui les amènes à prendre leurs décisions.

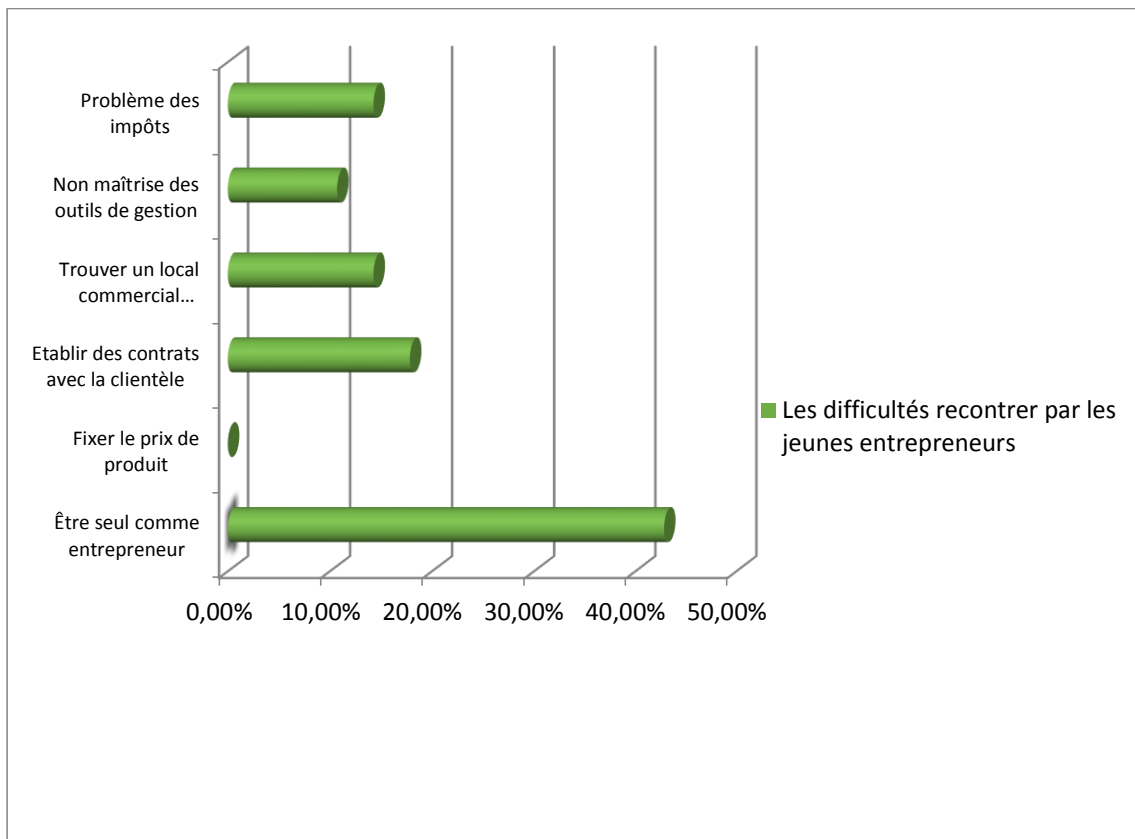
Nous ne constatons que les entrepreneurs enquêtés :

- L'expérience qui est très apparents et aussi la plupart des jeunes sont diplômées qui est s'amènes à prendre une idée de créer leur entreprise de 34,61%.
- 11,53% des enquêtés connaissent des projets similaires,

- En troisième lieu, nous trouvons avec 15,38% les relations familiales et personnelles qui sont à l'origine de création.

3.1.9. Les difficultés qui sont rencontrés par les jeunes entrepreneurs tout au long de la création de leurs entreprises

Figure n°13 : Les difficultés rencontrées par les entrepreneurs à la création de leurs entreprises



Source : Réalisé par nos soins à partir de résultat de l'enquête.

De la lecture de figure n°13, nous constatons que les principales difficultés qui ont entravée les jeunes entrepreneurs lors du processus de création de leurs entreprises, dans le premier lieu,

-Difficulté d'être seul comme entrepreneur, de 42,85%, on peut s'expliquer ceci que il n'y aucun rôle du structure d'accompagnement de ces jeunes entrepreneure au moment de création de leurs entreprises,

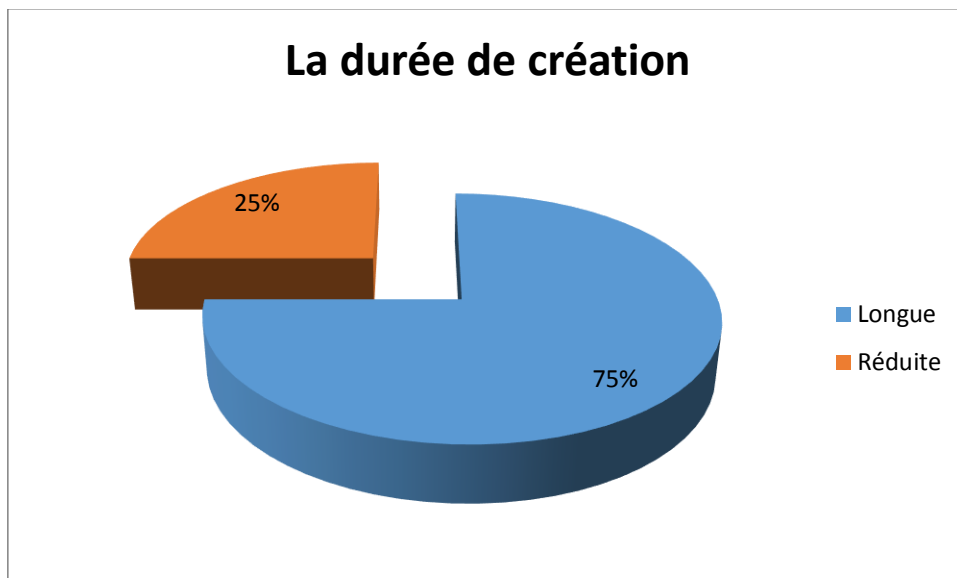
-En deuxième lieu, 17,85% correspond la difficulté d'établirai des contrats avec la clientèle, qui pose un problème d'accéder au marché public,

- On cite aussi le problème des impôts de 14,28% avec l'obstacle de trouver un local commercial approprié de même portion, et 3 entrepreneurs soit de 10,71% qui ont une difficulté dans la non maîtrise des outils de gestion.

Donc, on peut dire il y a beaucoup de manque concernant les outils d'accompagnement tel que la sensibilisation et la bonne formation ainsi que l'information pour ces jeunes créateurs.

3.1.10. Durée de la création

Figure n° 14 : La durée de la création



Source : Réalisé par nos soins à partir de résultat de l'enquête.

75% des entrepreneurs enquêtés ont déclaré que la durée de création de leur entreprise était longue, contre 25% pour une durée réduite de création. Cette longue durée peut être justifiée par les contraintes de type administratives et financières.

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

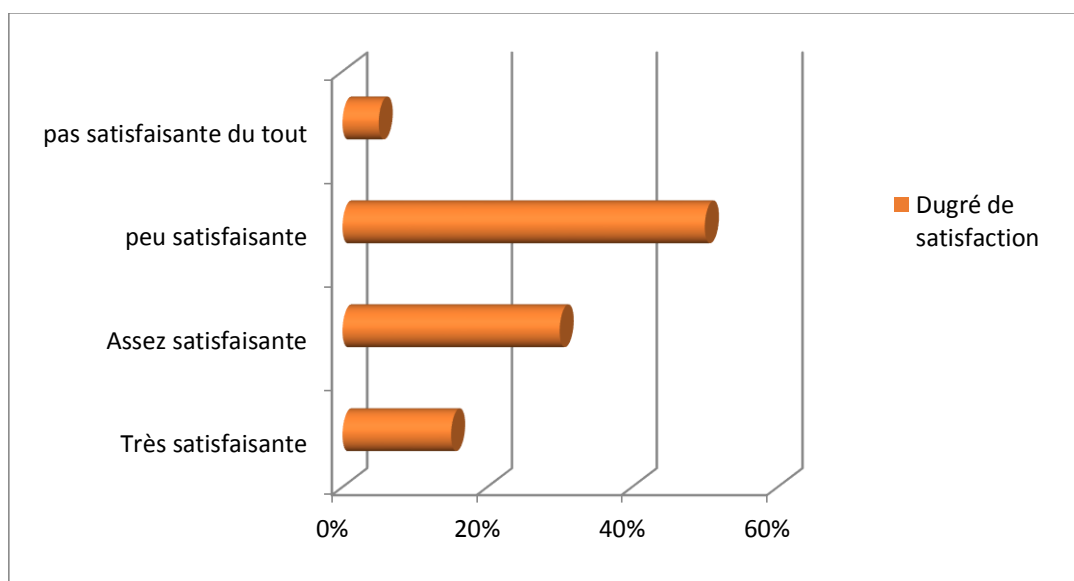
3.1.11. Le degré de satisfaction envers l'aide et l'accompagnement de dispositif ANSEJ

Tableau n°24 : Le degré de satisfaction envers l'aide de dispositif ANSEJ

Degré de satisfaction	Fréquence	Pourcentage
Très satisfaisante	3	15%
Assez satisfaisante	6	30%
Peu satisfaisante	10	50%
Pas satisfaisante du tout	1	5%
Total	20	100%

Source : résultats de l'enquête.

Figure n°15 : Le degré de satisfaction par les jeunes entrepreneurs envers l'ANSEJ

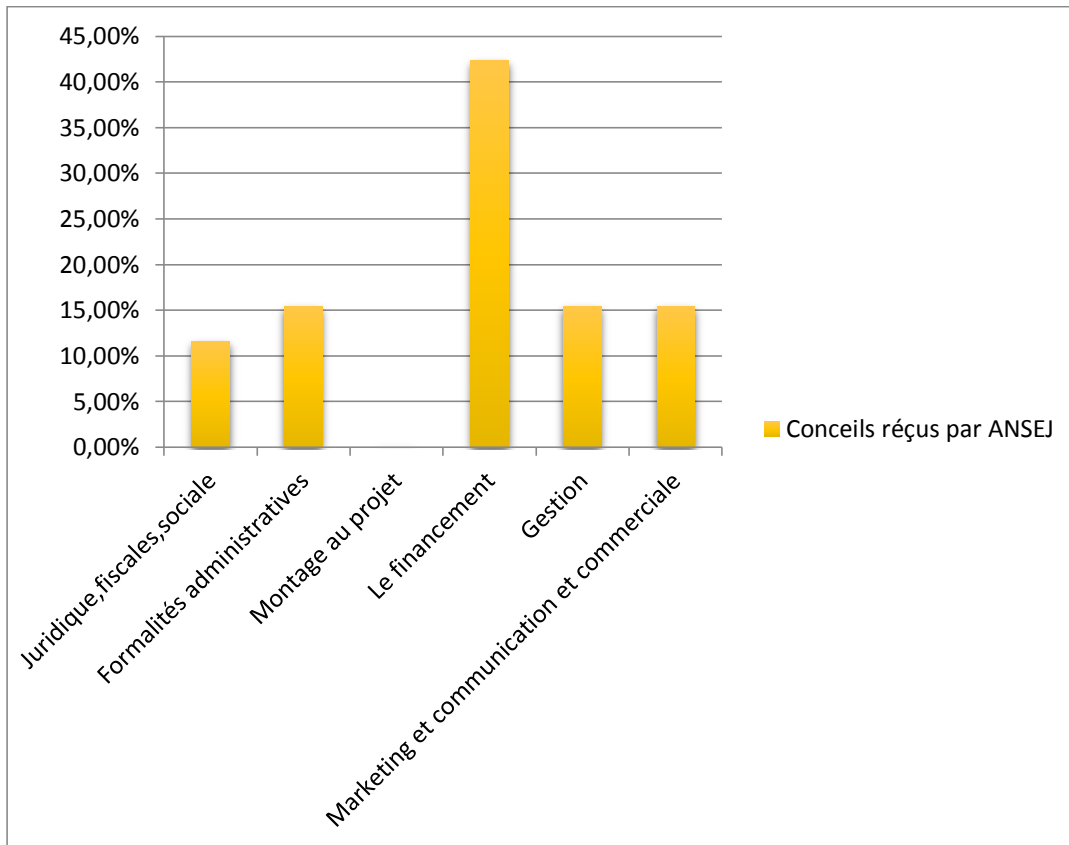


Source : réalisé par nos soins à partir de résultat de l'enquête.

Il convient de souligner du figure n°15, que l'aide et l'assistance présentées par le dispositif ANSEJ sont réputées, très satisfaisantes pour 15% des entrepreneurs, contre 30% qui pensent que cette assistance est assez satisfaisante, alors que 50% des entrepreneurs voient que l'aide de dispositif est peu satisfaisante, et 5% sont pas satisfaisante du tout, ces constats montrent que les attentes et les aspirations en terme de soutien auprès de dispositif en tant que structure d'accompagnement pour les entrepreneurs, sont loin d'être exaucées, car le souci de ces jeunes entrepreneurs étant d'être soutenus pour les premières années de leurs activités.

3.1.12. Conseils reçus par le dispositif ANSEJ

Figure n°16 : Conseils reçus par le dispositif ANSEJ



Source : Réalisé par nos soins à partir de résultat de l'enquête.

A travers les entrepreneurs enquêtés, nous avons plusieurs réponses pour le conseil reçus.

Les conseils auxquels les créateurs ont en recours concernent :

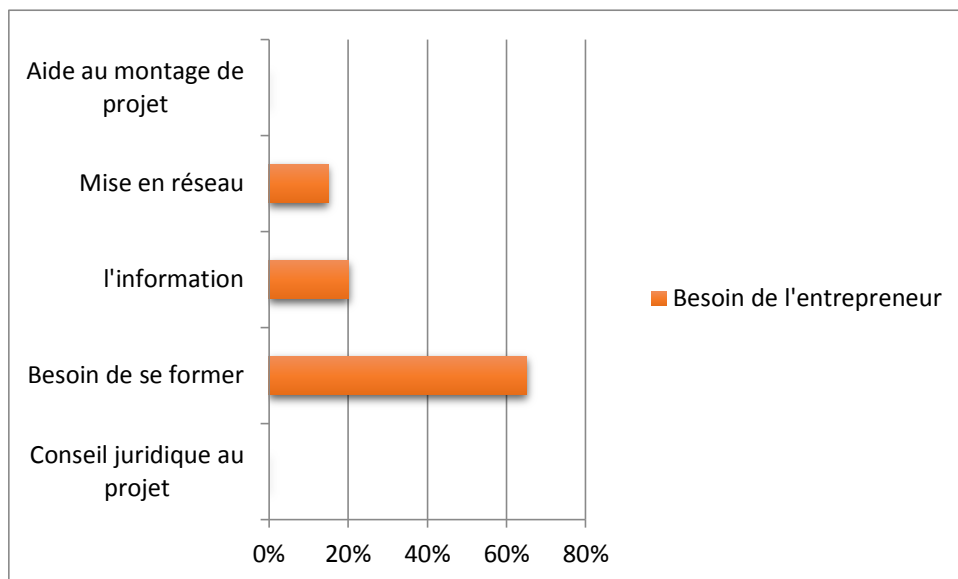
- Conseil de financement de 42,31% peut s'expliquer par le besoin des entrepreneurs de financés en aussi leur besoin de s'améliorer leur situation familiale,
- Ainsi que conseil administrative de 15,38%, sa peut être expliqué la longue de durée de création.

Les conseils moins reçus auprès de l'ANSEJ sont :

- Conseil dans la gestion et le marketing et communication et commercial ainsi que dans le montage au projet.

3.1.13. Les besoin de l'entrepreneur

Figure n°17 : Les besoins de l'entrepreneur



Source : Réalisé par nos soins à partir de résultat de l'enquête

Les besoins des jeunes entrepreneurs différents d'une catégorie à l'autre. En fait, 65% des entrepreneurs hébergés ont soulevé un besoin de se former, contre 20% d'entrepreneurs qui ont manifesté un besoin d'informer, alors que 15% d'entrepreneurs qui sont besoins d'aide au mise en réseau. En fait, la formation constitue prépondérant recherché par les jeunes entrepreneurs hébergés dans le dispositif.

3.2. Vérification des hypothèses

Une hypothèse peut être conçue comme une réponse provisoire à une question que l'on se pose relative à une question de départ, et qui va être validée ou invalidée, confirmée ou infirmée par le travail de terrain.

Les hypothèses auxquelles nous tenterons de répondre par le biais de notre recherche empirique ci-dessous auprès des jeunes entrepreneurs et les responsables d'accompagnement sont les suivants :

3.2.1. Vérification de la première hypothèse

L'ANSEJ est un dispositif optimal en termes d'accompagnement à la création d'entreprise (rejetée).à travers de notre enquête, nous constatons que le degré de satisfaction

CHAPITRE IV :

L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite

des jeunes entrepreneurs envers la structure d'accompagnement est très peu satisfaisante, il apparait aussi que le besoin de se former des jeunes entrepreneurs est très grande.

A partir de là, nous constatons que cette dispositif ANSEJ en terme d'accompagnement n'est pas optimal pour ces jeunes créateurs car il manque la formation de procédure de la création d'entreprises. (Ces résultats sont infirmés à partir de questionnaire qui est destiné aux jeunes créateurs).

3.2.2. Vérification de la deuxième hypothèse

D'un point de vue théorique, l'ANSEJ ne remplit pas toute les conditions d'un dispositif rationnel et efficace en matière d'appui à la création d'entreprise (validée).

A partir de l'enquête nous constatons que la majorité des outils d'accompagnement utilisé dans le cadre de l'ANSEJ ne sont pas disponible à savoir la sensibilisation, l'accueil, la formation, et l'information.

3.2.3. Vérification de la troisième hypothèse

L'ANSEJ peut présenter les caractéristiques d'un dispositif optimal d'un accompagnement seulement s'il intègre d'autres instruments indispensables à l'accompagnement et la survie de la création de l'entreprise (validée).

A partir de l'hypothèse une (1), l'ANSEJ ne peut présenter les caractéristiques d'un dispositif optimal, mais s'il intègre d'autre instrument indispensables à l'accompagnement à savoir :

- Organiser du salon de la micro entreprise ;
- Participer au concours l'innovation ;
- Accompagnement bancaire ;
- Organise des conférences au niveau des universités pour sensibiliser et informer les étudiants ;
- Participer aux fêtes et manifestation et organiser des portes ouvertes.

3.3. Les freins dans le cadre de l'ANSEJ par rapport à l'accompagnement

Les entrepreneures algériennes font face à différents obstacles tout au long de leurs parcours.

Parmi ces obstacles, nous pouvons citer la difficulté d'accès au financement et des conditions de crédits très peu avantageuses, la crédibilité de ces entrepreneurs est souvent mise à l'épreuve à l'extérieur de leurs entreprises lors des relations avec les institutions ou certains partenaires.

Les entrepreneures affirment que quand la situation financière de leur entreprise se dégrade, la banque, partenaire initial, peut devenir hostile et même faire déposer le bilan plutôt que d'aider à franchir un cap difficile.

Le problème de la formation : Le besoin de formation est ressenti comme très utile, notamment quand elle porte sur des concepts techniques précis et immédiatement opérationnels. L'identification préalable des besoins en formation en fonction des groupes et leurs projets, paraît comme un passage incontournable pour la réussite, des formations actions, alliant formation et conseil, seraient appropriées. Toutefois des formations à la conduite de l'entreprise et au rôle du dirigeant, utilisant les échanges d'expériences, semblent être jugées, ceci dans la perspective de renforcer les capacités à entreprendre.

Au cours de la gestion quotidienne, les entrepreneurs, signalent leur besoin en termes d'aide et formation à différents niveaux de leurs structures.

Ces besoins sont surtout liés à leurs habiletés managériales. Elles se voient incapables de relever les défis de la mondialisation et l'ouverture des marchés sans des aides provenant des opérateurs économiques nationaux et internationaux. En regard des secteurs d'activité et les entreprises dirigées par ces entrepreneurs, ces appréhensions apparaissent légitimes.

Aussi, comme autres obstacles non négligeables, on trouve :

- L'accès insuffisant aux opportunités d'affaires à tous les niveaux en raison d'une indisponibilité et d'une diffusion inadéquates de l'information;
- Le manque de base de données sur les ressources humaines qualifiées au sein des organisations de travailleurs et d'employeurs pour aider la croissance des entreprises des entrepreneurs aux niveaux national et régional;
- La longueur et la complexité des procédures de création et d'enregistrement des entreprises pour les entrepreneures qui ne disposent pas de temps et de l'information adéquate;
- Le niveau d'éducation des entrepreneurs qui peut signifier qu'ils manquent d'expertise technique et managériale pour débiter et développer des entreprises viables;
- L'absence de données statistiques désagrégées selon le genre pour guider les politiques et programmes efficaces d'appui aux entrepreneurs.

Conclusion au chapitre IV

La recherche que nous avons réalisée avait pour objectif d'étudier le rôle et l'importance d'accompagnement entrepreneurial susceptible d'avoir un impact sur le succès de l'activité entrepreneurial des entrepreneurs naissants et l'accès au financement bancaire pendant la phase de démarrage.

A travers l'analyse des résultats de notre enquête, il nous apparaît claire que les jeunes entrepreneurs dans la wilaya de Tizi-Ouzou, sont influencés par une multitude de facteurs pouvant être à l'origine de la création de leur entreprise.

Grosso-modo, nous pouvons enlever quelque obstacle sur l'intervention par les accompagnateurs de l'ANSEJ, parmi eux : il existe un manque de suivi, suite à la non qualification et motivation du personnel de l'agence, ainsi que l'abondant du promoteur après l'étape de la création, et enfin manque d'action de sensibilisation qui visent à attirer les promoteurs de projet innovants.

Conclusion Générale

Conclusion générale

Les motivations des créateurs ne sont pas les mêmes. Certains aiment le risque ou veulent leur indépendance, d'autre cherche tout simplement à créer leur propre emploi. Ils peuvent se faire conseiller auprès de multiples réseaux locaux d'aides à la création : des chambres de commerce, des structures institutionnelles d'accompagnement, des banques, etc. Ces systèmes d'appui et de soutien ont été mis en place pour faire face à un double enjeu : global, pour soutenir l'emploi et remédier au problème du chômage ; individuel, pour apporter des réponses aux mobiles économiques et psychologiques manifestés par le porteurs de projets. Ces systèmes d'appui sont développés autour de trois axes : l'appui financier, les conseils et les formations, et le soutien logistique.

L'accompagnement entrepreneurial doit relever avant tout d'un dispositif cohérent visant à établir des relations régulières pour la mise en œuvre des fonctions clés de l'entreprise nouvellement créée. L'accompagnement doit se faire jusqu'à ce que la nouvelle entreprise ait atteint une certaine autonomie et/ou maturité. Il faut souligner cependant, que l'axe le plus développé est le soutien financier surtout dans le cadre du financement des micro-entreprises.

En Algérie, le problème le plus souvent évoqué en matière de création d'entreprises est celui du financement, l'accès au capital peut constituer une importante barrière à l'entrée dans la fonction d'entrepreneur. Cependant, le taux d'échecs observé dans les entreprises nouvellement créées montre que l'appui ne doit pas être focalisé uniquement sur des aspects financiers de la création ; mais doit concerner tous les volets organisationnel et managérial de l'entreprise à créer. En effet, l'échec observé est le plus souvent dû à l'incompétence entrepreneuriale des créateurs, ces derniers sont souvent en parfaite méconnaissance du monde de l'entreprise car dépourvus de toute culture en entrepreneuriat. A cet effet, les dispositifs d'aide doivent jouer pleinement leur rôle d'accompagnateur des nouveaux créateurs à travers la mobilisation des ressources tout au long du processus de création de l'entreprise jusqu'à sa maturité.

Notre enquête auprès de l'ANSEJ a montré que cette agence est loin de remplir toutes les conditions nécessaires pour un accompagnement optimal des créateurs ; en effet, l'ANSEJ enregistre d'importants manques en termes d'outils d'accompagnement, notamment pendant et en aval de la création, à savoir : le conseil et la formation des créateurs. En effet, beaucoup de créateurs enregistrent des lacunes en matière de maîtrise d'outils de gestion, d'analyse et de comptabilité, mais aussi dans les domaines juridique et fiscal. Il est de ce fait, intéressant de renforcer l'efficacité de l'ANSEJ en le dotant de nouveaux moyens liés à la formation des créateurs aux outils de gestion, et de conseils, indispensables à la survie de leurs affaires.

Conclusion générale

Pour remédier aux insuffisances de l'offre de l'ANSEJ en termes d'accompagnement entrepreneurial nous proposons ces quelques propositions et recommandations :

- Améliorer et encourager la collaboration entre les divers organismes d'aide à la création d'entreprise de la wilaya ;
- Intégrer l'éducation entrepreneuriale dans les systèmes éducatifs afin d'encourager l'émergence de l'esprit d'entreprise, notamment chez les jeunes femmes et hommes ;
- Promouvoir le développement et la prestation des services de développement d'entreprises de qualité accessibles aux entrepreneurs en milieu urbain et rural ;
- Promouvoir des produits et services financiers durables ciblant spécifiquement les besoins de ces entrepreneurs ;
- Elaborer et mettre en œuvre des politiques harmonisées pour la libre circulation des biens et des services permettant aux opérateurs économiques, particulièrement les entrepreneurs, de tirer profit des marchés régionaux et sous régionaux ;
- Mettre en place et/ou renforcer les observatoires régionaux pour rassembler, analyser et diffuser des données quantitatives et qualitatives ventilées par sexe sur les activités économiques et les entreprises.

Les facteurs de la réussite des entreprises créées dans le cadre de ce dispositif peuvent être interne c'est-à-dire lié à l'entrepreneur lui-même à l'environnement de l'entreprise et même à la qualité de l'accompagnement qui donnera ce dispositif ;

- Négocier avec les collectivités locales des quotas pour une meilleure participation ces entrepreneurs dans les projets structurants régionaux.
- Mettre au point une protection national dans les administrations publique en travaillant pour une meilleure accessibilité des entrepreneurs aux services de l'administration publique, en particulier au niveau des structures d'appui à la création d'entreprise ;
- Mettre en œuvre des politiques fiscales qui tiennent compte des questions de genre et des besoins de ces entrepreneurs ;

BIBLIOGRAPHIE

Bibliographie

Ouvrage

1. ALBERT.P, BERNASCOUL.M et GAYNOR.L, « Incubateur et pépinière un panorama international » Ed l'Harmattan, Paris, 2003.
2. BOUTILLIER.S et UZUNIDIZ.D, « L'entrepreneur une analyse socio-économique » Ed Economica, Paris, 1995.
3. BOUYAKOUB.F, « L'entreprise et le financement bancaire » Ed Casbah, Alger, 2000.
4. CAPRON.H, « L'entrepreneuriat et création d'entreprise, facteurs déterminant de l'esprit d'entreprise » Ed de Boeck, Paris, 2009.
5. DRUCKER.P, « Les entrepreneurs » Ed Hachette, Paris, 1985.
6. FAYOLLE. A, « Entrepreneuriat, apprendre à entreprendre » Ed Dunod, Paris, 2004.
7. FAYOLLE.A, « Introduction à l'entrepreneuriat » Ed Dunod, Paris, 2005.
8. FAYOLLE.A et FILION.L-J, « Devenir entrepreneur, des enjeux aux outils » Ed Pearson, Éducation France, Paris, 2006.
9. HERNANDEZ.E-M, « L'entrepreneuriat, approche théorique » Ed l'Harmattan, Paris, 2001.
10. JASSEN.F, « Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat » Ed de Boeck, Paris, 2009.
11. JULIEN.P et MARCHESNAY.M, « L'entrepreneuriat » Ed Economica, Paris, 1996.
12. KIZABA.G, « Entrepreneuriat & accompagnement : outils, actions et paradigmes nouveaux » Ed l'Harmattan, Paris, 2008.
13. LEGER.J-C et KALOUSIS.G, « La boîte à outils de la création d'entreprise » Ed Dunod, Paris, 2013.
14. MADOUIM, « Entreprises et entrepreneurs en Algérie et dans l'immigration : Essai de sociologie économique » Ed Karthala, Alger, 2012.
15. MESSEGHEM.K et SYLVIE.S, « L'entrepreneuriat » Ed EMS(Edition Management Société), Paris, 2011.
16. PATUREL.R, « Dynamiques entrepreneuriales & développement économique », Ed l'Harmattan, Paris, 2007.

Articles et revues

1. HADRICH.A, « Les facteurs clés de succès de l'émergence entrepreneuriale » Article AIMS, Clermont Fernand, 10-12 juin 2013.
2. LEGHIMA.A et MOFFOK.N, « Les PME/PMI en Algérie réalité et enjeux »
3. CACHON.J-C, « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? QUOI ? »
4. ALBERT.P, FAYOLLE.A et MARION.S, « L'évolution des systèmes d'appui à la création d'entreprises » RFG n° 101, Paris, Novembre-décembre 1994.
5. TOUNES.A, « L'entrepreneur : l'odyssée d'un concept » publication du CREGO de l'TAE de Rouen,2000.
6. VESTREATE.T, « Entrepreneuriat, modélisation de phénomène », revue de l'entrepreneuriat, vol 1, n° 1, 2001.

Thèses et mémoire

1. BOUGHANEM.F, « L'entrepreneuriat féminin et son accompagnement : cas de l'accompagnement par l'ANSEJ des femmes entrepreneurs de la wilaya de Tizi Ouzou », Thèse de Magistère, FSEGC, UMMTO, 2008.
2. BERBER.N, « L'entrepreneuriat en Algérie », mémoire de magistère Management, F de SEGC, Ecole Doctorale d'Economie et de Management, Université d'Oran, 2014.

Textes législatifs et documentaire

1. La loi n° 01-18 du 12-11-2011, Ministre de PME et de l'artisanat, correspondant à la loi d'orientation sur la promotion de la PME.
2. Décret exécutif n° 98-200 du 09 juin 1998 , création et fixant le statut du fonds de Caution Mutuelle de Garantie Risques-Crédits Jeunes promoteurs.
3. Décret exécutif n° 96- 232 du 29 juin 1996, l'agence a pour missions statutaires de promouvoir, sélectionner, choisir et financer totalement ou en partie.
4. Décret exécutif n° 96- 296 du 24 Rabie Ethani 1417 correspondant au 8 septembre 1996 portant création et fixant les statuts de l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes
5. Décret n° 98- 200 du 14 Safar 1419 correspondant au 9 juin 1998 fixant les statuts de fonds de caution mutuelle de garantie risque.
6. Décret exécutif n° 02-373 du 11 Novembre 2002, fixant les statuts de fonds de garantie
7. Décret exécutif n°02-373, fixant les ressources du fonds de garantie

Rapports et autres documents

1. Document ANSEJ, Agence National de Soutien à l'Emploi des jeunes
2. Bulletin d'information statistique de la PME, n°28, 2015, direction générales de la veille stratégique, des études et des systèmes d'information.
3. BAZUREAU.F B-S et CENDRON.J-P, COMBEMACE.P-F, « dictionnaire économie et de sciences sociales » Ed Nathan, Paris, 1989.

Référence électronique (Internet)

1. WWW.entrepreneuriat.com, consulté le 12 Avril 2017
2. WWW.ads.dz, consulté le 4 Mai 2017
3. WWW.cci.com, consulté le 4 Mai 2017
4. WWW.apce.com, consulté le 24 Novembre 2016
5. WWW.ons.dz, consulté le 13 Décembre 2016
6. www.cnac.dz, consulté le 5 Mai 2017
7. www.andi.dz, consulté le 5 Mai 2017
8. www.ansej.dz, consulté le 5 Mai 2016

ANNEXES

Liste des annexes :

Annexe 01 : Questionnaire destiné aux responsables de l'accompagnement de l'ANSEJ

Annexe 02 : Questionnaire destiné aux nouveaux créateurs d'entreprises

Annexes 03 : les données statistiques de l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes
Tizi-Ouzou

Annexes 01 : Questionnaire destiné aux responsables de l'accompagnement de l'ANSEJ

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de master en sciences commerciales option finance de l'université Mouloud MAMMERI de Tizi-Ouzou concernant la problématique suivante : **Quel accompagnement optimal pour un appui efficace à la création d'entreprise dans le cadre du dispositif ANSEJ, afin que ces entreprises soient pérennes et contribuent pour le mieux dans l'économie national ?**

Nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire.

1_ Sensibilisation :

Quelle pratique de sensibilisation utilisée dans le cadre ANSEJ ?

1.1_Action de communication

_ Compagnie télévisées

_ Radio

_ Journaux

_ Internet

1.2_ Les manifestations associatives

_ Conférences

_ Journées d'information

1.3_ Les actions pédagogiques

_ Cours

_ Modules

_ Conférences

2_ Accueil et information : l'objectif est de prendre en charge les créateurs potentiels cherchant à s'informer sur la création d'entreprise.

2.1_ Est-ce que l'information est destiné aux ?

_ Grand public

_ Créateurs potentiels

_ Créateur révélés

2.2_ Quelle pratique d'accueil et d'information utilisées dans le dispositif ANSEJ ?

- _ Action d'écoute
- _ Organisation et cession coute d'information
- _ Réunion périodique en groupe

3_ Formation : la formation est primordiale pour la bonne conduite des nouveaux projets et améliorer les compétences des entrepreneurs. La finalité attendue est de combler les lacunes des futures créateurs et des entrepreneurs en matière de gestion, de management et de comptabilité.

Quelle action de formation disponible au sein de l'ANSEJ ?

3.1_ Avant création

- _ Evaluation initiale du projet
- _ Elaboration effective du projet

3.2_ Pendant et après la création

- _ Mangement
- _ Stratégie d'entreprise
- _ Comptabilité
- _ Fiscalité

4_ Le soutien logistique : a pour objectif de faciliter le processus de création en fournissant aux créateurs les moyens matériels tels que :

- _ Moyen informatique
- _ Téléphonie (téléphone- fax)

- _ Internet

5_ Hébergement (localisation)

5.1 L'ANSEJ propose telle des solutions d'hébergement aux

- _ Porteurs de projet et création d'entrepr

- _ Entreprises nouvellement créés

5.2 Est-ce que l'hébergement permet aux entreprises nouvellement créés d'être indépendantes :

- _ Oui

_ Non

Si c'est oui lesquelles :

_ Locaux

_ Subventions

6_ Le financement : l'objectif est de subvenir aux besoins des créateurs au cours de la phase de création et de post-création (développement).

6.1_ Quels sont les types de financement proposés par l'ANSEJ veuillez remplir le tableau ci-après ?

Type de financement	Pendant la création	Après création et développement
Triangulaire	_ PNR classique	PNR classique
Mixte		

6.2_ quels typologie de financement existe-il après la création (notamment dans le processus de développement de l'entreprise)?

_ L'investissement

_ L'exploitation

_ Financement après création

7_ Autres outils d'appui à la création d'entreprise proposé par l'ANSEJ (ne figurent pas dans la liste précédente) ?

_ Organisation du salon de la micro-entreprise

_ Participent au concours, l'innovation

_ Accompagnement bancaire

Annexes 02 : Questionnaire destiné aux nouveaux créateurs d'entreprises

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de master en sciences commerciales option finance de l'université Mouloud MAMMERI de Tizi-Ouzou concernant la problématique suivante : **Quel accompagnement optimal pour un appui efficace à la création d'entreprise dans le cadre du dispositif ANSEJ, afin que ces entreprises soient pérennes et contribuent pour le mieux dans l'économie national ?**

Nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire.

Identification de l'entrepreneur

1_ Sexe :

_ Homme

_ Femme

2_ Age :

_ Moins de 20 ans

_ Entre 20 et 25 ans

_ Entre 25 et 30 ans

_ Entre 30 et 35 ans

_ Entre 35 et 40 ans

3_ Quel est votre niveau de scolarisation ?

_ Primaire

_ Moyen

_ Secondaire

_ Etudes supérieurs

_ Formation professionnelles

_ Sans instruction

4_ Dans quel secteur votre activité ?

- _ Agriculture
- _ Industrie
- _ Profession libérale
- _ Artisanat
- _ Service
- _ BTPH
- _ Maintenance

5_ Comment avez-vous déterminé le choix d'activité ?

- _ Des conseils du dispositif sollicité
- _ Des conseils des amis ou de la famille
- _ Une évaluation des opportunités présente dans l'environnement
- _ Du diplôme acquis
- _ Expérience antérieurs dans le domaine
- _ Autres Si autres précisé

6_ Avez-vous déjà exercé des activités professionnelles avant la création de votre entreprise ?

- _ Oui
- _ Non

Si c'est oui, quels était votre statut avant la création

- _ Dirigeant d'une entreprise
- _ Fonctionnaire
- _ Salarié
- _ Stagiaire

_ Autres Si autres précisé

7_ Quels sont les principales motivations de l'entrepreneur ?

- _ Etre ton propre patron
- _ La réalisation du soi
- _ Expérimenter des idées
- _ Réaliser un rêve
- _ Contribuer à crée des emplois
- _ Améliorer des situations familiales

8_ L'origine de l'idée de création de l'entreprise

- _ Connaissance d'un projet similaire
- _ Relations professionnelles
- _ Conseil d'un bureau d'étude
- _ Le désir
- _ L'expérience
- _ Diplôme

9_ Quelles sont les difficultés que vous avez rencontrés tout au long de la création de votre entreprise?

- _ Etre seul comme entrepreneur
- _ Fixer le prix de votre produit
- _ Etablir des contrats avec la clientèle
- _ Trouver un local commercial approprié
- _ Non maitrise des outils de gestion
- _ Problèmes des impôts

10_ Est-ce que la durée de création était ?

_ Longue

_ Réduite

11_ Vous diriez quoi de la qualité de l'accompagnement et du soutien dont vous avez bénéficié ?

_ Très satisfaisante

_ Assez satisfaisante

_ Peu satisfaisante

_ Pas satisfaisante de tout

12_ Quelles sont les outils d'accompagnement dont vous avez bénéficiés ?

_ Juridique, fiscale et sociale

_ Formalité administrative

_ Montage du projet

_ Le financement

_ Gestion

_ Commerciale, marketing et communication

13_ Quelles sont les besoins des créateurs en termes d'accompagnement ?

_ Conseil juridique au projet la plus adaptés

_ Avoir des informations

_ Mise en réseau

- Former les jeunes

_ Aide au montage de projet

Table des matières

Les abréviations
Liste des tableaux
Liste de schéma
Liste de figure
Introduction général	1
Chapitre I : L’entrepreneuriat, l’entrepreneur et la création d’entreprise	6
Introduction au chapitre I	6
Section 01 : Fondement de l’entrepreneuriat	7
1.1 Historique et fondement de l’entrepreneuriat	8
1.2 Définition de l’entrepreneuriat	8
1.3 Les formes de l’entrepreneuriat	9
1.4 Importance de l’entrepreneuriat	10
1.4.1 Entrepreneuriat et croissance économique	11
1.4.2 Entrepreneuriat et création d’emplois	11
1.4.3 Entrepreneuriat et renouvellement du parc d’entreprise	11
1.4.4 Entrepreneuriat et innovation	11
Section 02 : L’entrepreneur comme acteur dans le processus entrepreneurial	12
2.1 L’origine du concept	12
2.2 L’évolution du concept entrepreneur	12
2.3 Définition de l’entrepreneur	15
2.4 Les caractéristique d’un entrepreneur	15
2.4.1 L’entrepreneur comme initiateur	15
2.4.2 Entrepreneur innovateur	16
2.4.3 Un preneur de risque	16
2.5 Typologie d’entrepreneur	16
2.6 Les facteurs clé de succès des entreprises nouvelles	17
2.6.1 Succès entrepreneurial et profil de l’entrepreneur	17
2.6.2 Succès entrepreneurial et environnement de l’entrepreneur	18
A. Capital social de l’entrepreneur et succès entrepreneurial	18
B Structures d’accompagnement et succès entrepreneurial	18
2.6.3 Succès entrepreneurial et préparation à la création	19

A. L'entraînement à la création	19
B. L'analyse du marché	19
C. Le montage du dossier financier	19
Section 03 : La création d'entreprise	20
3.1 Définition de la création d'entreprise	20
3.2 Typologie d'une entreprise	20
3.2.1 Notions générale sur la création d'entreprises	20
3.2.2 Classification des entreprises selon les critères économique	20
A. La nature de l'activité	21
B. La dimension	21
3.2.3 Classification des entreprises selon les critères juridiques	21
3.2.4 Classification des entreprises selon la propriété du capital	22
3.3 Les étapes de création d'une entreprise	23
3.3.1 Naissance de l'idée	23
A. Période de gestation	23
B. Pré-étude de faisabilité	24
3.3.2 L'élaboration du projet	24
A. Etude de marché	24
A.1 Les types d'étude de marché	24
A.1.1. L'étude exploratoire	24
A.1.2.L'étude descriptive	24
A.1.3.L'étude explicative	25
A.2 Les caractéristiques d'étude de marché	25
A.2.1. Elle est la prospective	25
A.2.2. Elle se veut opérationnelle	25
A.2.3. C'est une œuvre commune	25
B. Etude financière	25
B.1 Le plan de financement initial	26
B.2 Compte de résultat prévisionnel	27
B.3 Plan de trésorerie	27

B.4 Le plan de financement à 3 ans	27
C. L'étude technique	29
D. L'étude juridique	30
3.3.3 Lancement des opérations	30
A. La préparation de lancement	30
A.1 Les formalités de la création	30
A.2 Mettre en place l'outil de travail	31
B. Lancement des opérations et démarrage de l'activité	31
B.1 Le démarrage de l'activité	31
B.2 Le tableau de bord mensuel	31
3.4 Typologie de création d'entreprise	31
3.4.1 La création reproduction	32
3.4.2 La création imitation	32
3.4.3 La création innovation – valorisation	32
3.4.4 La création innovation – aventure	32
Conclusion au chapitre I	34
Chapitre II : L'accompagnement à la création d'entreprise	36
Introduction au chapitre II	36
Section 01 : Concept et fondement de l'accompagnement à la création d'entreprise	37
1.1 Définition et étape de l'accompagnement	37
1.1.1 Définition	37
1.1.2 Les étapes de l'accompagnement	38
A. L'accueil.....	38
B. L'accompagnement proprement dit	38
C. Le suivi post- création	39
1.2 Les objectifs de l'accompagnement	39
Section 02 : Importance de l'accompagnement à la création d'entreprise	40
2.1 Importance de la fonction accompagnement	40
2.2 Le rôle de l'accompagnement	41
Section 03 : Outils et mécanismes d'appui à la création d'entreprise	41
3.1 Outil de l'accompagnement entrepreneurial	42
3.1.1 L'information	42

3.1.2 La sensibilisation	42
3.1.3 La stimulation	43
3.1.4 La formation	43
3.1.5 La préparation	43
3.1.6 Le conseil	43
3.1.7Le soutien institutionnel	44
3.1.8 Le financement	44
3.1.9 La participation	44
3.2 Les mécanismes de l'accompagnement entrepreneurial	46
3.2.1 Les mécanismes financiers	46
A- Les dons	46
B- Les subventions	46
C- Les crédits	46
D- Les primes d'aménagement	46
3.2.2 Les mécanismes réglementaires	47
A- Les garanties	47
B- Le guichet unique	47
C Les assouplissements des procédures	47
3.2.3 Les mécanismes sociales	47
3.2.4 Les mécanismes fiscaux	47
A- Le dégrèvement	47
B- Les exonérations fiscales	47
C- Les zones franches	47
3.2.5 Les mécanismes logistiques	48
A- Les pépinières d'entreprises publiques	48
B- Les pôles technologiques	48
C- Les centres incubateurs	48
Section 04 : Les dispositifs d'accompagnement à la création d'entreprises	48
4.1 Définition des dispositifs d'accompagnement à la création d'entreprises	48
4.2 Objectifs des dispositifs d'accompagnement à la création d'entreprises	51

4.3	Caractéristique des dispositifs d’accompagnement à la création d’entreprises	51
4.4	Les structures d’accompagnement d’entreprises	51
4.4.1	Les incubateurs d’entreprises	51
A.	Les deux vagues de création des incubateurs	51
A.1	La période de lancement des incubateurs de développement économique local 1980 – 1997	51
A.2	La deuxième période : croissance et diversification des modèles d’incubateurs	52
B.	Définition d’incubateur	53
C.	Le but d’incubateur	54
D.	Le processus d’incubation	54
D.1	La phase de pré – incubation	54
D.2	La phase incubation du projet	54
D.3	La phase de post – incubation	55
4.4.2	Les pépinières d’entreprises	57
A.	Définition	57
B.	Les catégories de pépinières	57
B.1	Les pépinières de projet	57
B.2	Pépinière d’entreprise	58
C.	Les fonctions des pépinières	58
D.	Objectifs des pépinières	58
D.1	Au niveau de créateur de son projet	58
D.2	Au niveau de la région	58
4.5	La différence entre incubateur et pépinière	59
	Conclusion au chapitre II	60
	Chapitre III : L’accompagnement à la création d’entreprise en Algérie	62
	Introduction au chapitre III	63
	Section 01 : L’entrepreneuriat en Algérie	64
1.1	Evolution et historique de l’entrepreneuriat en Algérie	64
1.1.1	L’entrepreneur de l’Algérie indépendante	64
A.	Les décennies 1960 - 1970 : la création d’entreprise ou l’Etat entrepreneur	64
B.	Les décennies 1980 - 1990 : désengagement de l’Etat de l’essor de l’entreprise privée.....	65
1.1.2	L’entrepreneur de l’Algérie en transition vers l’économie de marché	65

1.2 La provenance des entrepreneurs	66
1.3 La place des femmes entrepreneurs en Algérie	67
Section 02 : Les PME en Algérie	67
2.1 Définition de la PME en Algérie	68
2.1.1 Personnes employées	68
2.1.2 Seuils pour la détermination du chiffre d'affaire	68
2.1.3 Entreprise indépendante	68
A/ La moyenne entreprise	68
B/ La petite entreprise	68
C/ La très petite entreprise	68
2.2. L'évolution des PME en Algérie.....	68
2.2.1 La population des PME en Algérie	69
2.2.2 L'évolution de la population globale des PME	69
2.3 La place et rôle des PME dans l'économie algériennes	70
2.3.1 La création de l'emploi	70
2.3.2 La création de la valeur ajoutée	70
2.3.3 La distribution des revenus	70
2.3.4 Un rôle socio-économique	71
Section 03 : Les organismes d'accompagnement à la création d'entreprise	71
3.1 Les structures d'aide à la création d'entreprise	71
3.1.1 L'ANDI et le guichet unique décentralisé	72
A/ La création de l'ANDI	72
B/ Les missions de l'ANDI	73
3.1.2 La caisse National D'allocation Chômage (CNAC)	73
A/ La création de la CNAC	73
B/ Autres missions de la CNAC	73
3.1.3 L'agence National de Gestion du Microcrédit (ANGEM)	74
A/ La création de L'ANGEM.....	74
B/ Le financement de projet par l'ANGEM.....	74
C/ Objectif de l'ANGEM	74
3.1.4 Fonds de garantie des crédits aux PME (FGAR)	75

A. Création du FGAR	75
B. Missions et objectifs du FGAR	75
C. Les ressources de FGAR	76
D. Les critères d'éligibilité des projets par le FGAR	76
E. Les modalités et les coûts de couverture du fonds	76
3.1.5 Le fonds de caution mutuelle de garantie risque crédits jeunes promoteurs (FCMG) ...	77
A. Création du FCMG	77
B. Les objectifs du fonds	77
C. Les garanties du fonds	77
D. Les conditions d'adhésion au fonds	77
E. Les coûts de couverture au fonds	77
3.1.6 L'agence de Développement social (ADS)	77
A. Les missions de l'agence de développement social	78
B. Les ressources de l'agence	78
C. Les dépenses de l'agence	78
3.1.7 La chambre de commerce et d'industrie (CCI).....	78
3.1.8 L'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ)	79
Conclusion au chapitre III	80
Chapitre IV : L'ANSEJ et l'accompagnement à la création d'entreprise : Importance et limite	81
Introduction au chapitre IV	82
Section 01 : Aperçu générale de l'ANSEJ	83
1.1 Présentation et définition de l'ANSEJ	83
1.1.1 Présentation de l'ANSEJ	83
1.1.2 Définition de l'ANSEJ	83
1.2 Les missions de l'ANSEJ	84
1.3 Quelques données statistiques sur l'activité de l'ANSEJ (Agence de T.O).....	85
1.3.1 Analyse de la demande des jeunes promoteurs	85
A. La répartition des dossiers déposés et des attestations d'éligibilité délivrée par l'ANSEJ du 01/01/2011 au 31/12/2015.....	85
B. La répartition des attestations d'éligibilité délivrée par l'ANSEJ du 01/01/2011 au 31/12/2015.....	87
C. La répartition des projets financés par l'ANSEJ au niveau de la wilaya de T.O (Accord bancaire) du 01/01/2011 au 31/12/2015	88

D. La répartition des projets créés par l'ANSEJ au niveau de la wilaya de T.O du 01/01/2011 au 31/12/2015	89
E. Répartition de nombre des micro-entreprises créées et du nombre d'emplois par secteur d'activité au niveau de la wilaya de T.O	90
1.4 Création d'une micro-entreprise dans le cadre de l'ANSEJ	91
1.4.1 La démarche de la création d'une micro-entreprise	91
A. La recherche de l'idée	92
B. L'élaboration des projets	92
B.1. Le volet économique	92
B.2. Le volet humain	92
B.3. Le volet technique	92
B.4. Le volet financier	93
B.5. Le volet juridique	93
1.4.2 Le montage et le démarrage de l'entreprise	92
1.5 Procédure de création de la micro-entreprise dans le cadre de l'ANSEJ	93
1.5.1 L'investissement de création	93
A. Conditions d'éligibilités	93
B. Le montage financier	93
B.1. Le financement triangulaire	93
B.2. Le financement mixte	94
C. Aides financières et avantages fiscaux	95
C.1.Phase de réalisation	95
C.1.1.Aides financières	95
C.1.1.1. Le prêt non rémunérer	95
C.1.1.2. La bonification des taux d'intérêt du crédit bancaire	95
C.1.2. Avantage fiscaux	96
C.2. Phase exploitation	96
1.6. Les différentes étapes de l'accompagnement selon le manuel d'accompagnateur ANSEJ	96
1.6.1. Explication du schéma	98
A. La sensibilisation à l'entrepreneuriat.....	98
A.1. L'objectif de la sensibilisation.....	98
A.2. La démarche à suivre.....	98
A.3. Outil de la sensibilisation	98
B. Accueil et information	98

B.1. Phase 01 : premier contact.....	98
B.1.1. Objectif de l'accueil et l'information	99
B.1.2. Démarche à suivre	99
B.1.3. Les outils de l'accueil et l'information.....	99
B.2. Phase 02 : Séance d'information collective.....	99
B.2.1. Objectif de la séance d'information collective	99
B.2.2. Démarche à suivre	100
B.2.3. Outils de la séance d'information collective	100
B.3. Phase 03 : Premier entretien individuel	100
B.3.1. Objectif de la phase 03	100
B.3.2. Démarche à suivre	101
C. Le recueil d'information.....	101
C.1. Outils de recueil d'information.....	101
D. Structuration de données collectées.....	102
D.1. Objectif de structuration de données collectées	102
D.2. Démarche à suivre	102
D.3. Outils de structuration de données collectée	103
E. Evaluation du projet.....	103
E.1. Objectif de l'évaluation du projet	103
E.2. La démarche à suivre	103
E.3. Outil d'évaluation du projet.....	104
F. Validation du projet par le CSVF	104
F.1. Objectif de validation du projet par le CSVF.....	104
F.2. La démarche à suivre	104
F.3. Outil de validation du projet par le CSVF	104
G. Accord au financement.....	105
G.1. Mode de financement	105
G.1.1. Financement mixte	105
G.1.2. Financement triangulaire	105
G.2. Démarche à suivre	105

G.3. Outil d'accord au financement	105
H. Formation du porteur de projet.....	105
H.1. Objectif de formation du porteur de projet.....	105
H.2. Démarche à suivre	106
H.3. Outils de formation du porteur de projet	106
I. Accompagnement en phase de création juridique et de financement du projet.....	106
I.1. Objectif de l'accompagnement en phase de création juridique et de financement du projet.....	106
I.2. Démarche à suivre	107
I.3. Outils de l'accompagnement en phase de création juridique et de financement du projet.....	107
J. Accompagnement en phase de réalisation du projet.....	107
J.1. Objectifs de l'accompagnement en phase de réalisation du projet.....	107
J.2. Démarche à suivre	107
J.3. Outils de l'accompagnement en phase de réalisation du projet.....	107
K. Accompagnement en poste création.....	108
K.1. Accompagnement au démarrage	108
K.1.1. Objectifs de l'accompagnement en poste création	108
K.1.2. Démarche à suivre	108
K.1.3. Outils de l'accompagnement en poste création	108
K.2. Accompagnement après démarrage.....	109
K.2.1. Objectifs de l'accompagnement après démarrage.....	109
K.2.2. Démarche à suivre	109
K.2.3. Outils de l'accompagnement après démarrage.....	109
1.6.2. L'investissement d'extension	110
A. Condition d'éligibilité	110
B. Les montages financiers	110
C. Aide financiers et avantages fiscaux	110
1.7. Les étapes de la création d'une micro-entreprise au prêt de l'ANSEJ	111
1.7.1. Inscription	111
1.7.2. Etude de projet	111
1.7.3. La présentation du projet	111
A. Membre de comité de sélection de validation de financement (CSVF)	111

B. Le rôle du CSVF	112
C. Avis du CSVF	112
1.7.4. Etablissement des attestations	112
A. Attestation d'éligibilité	112
B. Attestation de rejet	112
1.7.5. Accord bancaire	112
1.7.6. Réalisation du projet	113
A. La création juridique de la micro-entreprise	113
B. Notification des avantages liés à la phase réalisation	113
C. Formation du promoteur	114
D. Financement	114
E. Acquisition des équipements et matériels	114
1.7.7. Exploitation de l'activité	114
A. Dépôts de dossier lié à la phase exploitation	114
B. Notification des avantages liés à la phase exploitation	115
1.8. Fond de caution mutuelle de garantie risque/ crédit jeunes promoteurs	115
1.8.1. Rôle du fond de garantie	115
1.8.2. Modalités d'adhésion et de cotisation	115
1.8.3. Les ressources du fond	116
Section 02 : Méthodologie et organisation de la recherche	117
2.1 L'objet de notre recherche	117
2.2 L'idée du questionnaire	117
2.3 La formulation de questionnaire	118
2.4 Traitement de questionnaire	118
Section 03 : Analyse des résultats de l'enquête	119
3.1 Présentation et identification de l'entrepreneur	119
3.1.1 Répartitions des entrepreneurs	119
3.1.2 L'âge des créateurs d'entreprise	120
3.1.3 Niveau d'étude	120
3.1.4 Le secteur d'activité de projet	121
3.1.5 Le choix du secteur d'activité	122
3.1.6 La situation professionnelle avant la création d'entreprise	123
3.1.7 Les principales motivations de l'entrepreneur	124
3.1.8 L'origine de l'idée de création	125
3.1.9 Les difficultés qui sont rencontrés les jeunes entrepreneurs tout au long de la création de leurs entreprises	126

3.1.10 Durée de la création	127
3.1.11 Le degré de satisfaction envers l'aide et l'accompagnement de dispositif ANSEJ ...	128
3.1.12. Conseils reçus par le dispositif ANSEJ	129
3.1.13 Les besoins de l'entrepreneur	130
3.2. Vérification des hypothèses	130
3.2.1. Vérification de la première hypothèse	130
3.2.2. Vérification de la deuxième hypothèse	131
3.2.3. Vérification de la troisième hypothèse	131
3.3. Les freins dans le cadre de l'ANSEJ par rapport à l'accompagnement	131
Conclusion au chapitre IV	134
Conclusion générale	139
Bibliographie	141
Annexes	144
Table des matières	152
Résumé