

UNIVERSITE MOULOU D MAMMERI DE TIZI-OUZOU

**FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES
SCIENCES DE GESTION**



DEPARTEMENT DES SCIENCES DE GESTION



Mémoire

*En vue de l'obtention du Diplôme de Master Académique en
Sciences de Gestion
Option : Finance d'entreprise*

Thème

*Montage financier et stratégie entrepreneuriale de
création :
Cas de l'ANSEJ*

Présenté par :

M^{elle} KADDOUR Lysa
M^r SI TAYEB Larbi

Encadré par :

M^r SADOUD Ahmed

Membres de jury :

Président: M^r HADJOU.A. Enseignant à l'UMMTO.

Rapporteur: M^r SADOUD.A. Enseignant à l'UMMTO.

Examineur: M^r HEMDANE.B. Enseignant à l'UMMTO.

Promotion : 2018/2019

Remerciements

Nous tenons à exprimer notre profonde reconnaissance en premier lieu à **M^r SADOUD** notre promoteur qui nous a guidé, et conseillé tout au long de cette recherche.

Notre reconnaissance va également à tout le personnel et les enseignants de la faculté des sciences économiques et de gestion et des sciences commerciales.

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

DÉDICACES

À mes chers parents, ma mère et mon père Pour leur patience,
leur amour, leur soutien et encouragements.

À mon frère et mes sœurs

À mes amis et camarades

Sans oublier tous les professeurs, que ce soit du primaire,
moyen, et secondaire ou de l'enseignement supérieur.

LARBI

DÉDICACES

À ma maman et mon père qui m'ont soutenue et encouragé durant ces années d'études. Qu'ils trouvent ici le témoignage de ma profonde reconnaissance.

À mon frère Aghiles, ma sœur Zahia, ainsi que mes grands-parents tous ceux qui ont partagés avec moi tous les moments d'émotion lors de la réalisation de ce travail.

À ma famille, mes proches et mes amis.

Sans oublier tous les professeurs, que ce soit du primaire, moyen, et secondaire ou de l'enseignement supérieur.

LYSA

Sommaire

Introduction générale.....	01
Chapitre I : entrepreneuriat et création d'entreprises.....	06
Section 1 : genèse et fondement de l'entrepreneuriat	07
Section 2 : formes de l'entrepreneuriat et création d'entreprises.....	20
Chapitre II : L'entrepreneuriat en Algérie	36
Section 1 : le climat des affaires en Algérie	37
Section 2 : les contraintes entrepreneuriales en Algérie	56
Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ	62
Section 1 : les procédures de création d'entreprises	64
Section 2 : étude d'un projet de création d'entreprise financé par l'ANSEJ	78
Conclusion générale.....	95
Bibliographie.....	99
Annexes.....	103
Listes des abréviations	119
Listes des figures	121
Listes des tableaux	122
Table des matières.....	127

Liste des abréviations

ANDI : Agence Nationale de Développement des Investissements

ANEM : Agence Nationale de l'Emploi

ANGEM : Agence Nationale de Gestion du Micro-crédit

ANSEJ : Agence National de soutien à l'emploi des jeunes

APSI : Agence Nationale pour la Promotion de l'Investissement

BADR : Banque Agricole de Développement

BDL : Banque de Développement local

BEA : Banque Extérieure d'Algérie

BNA : Banque National d'Algérie

CATI : Centre d'Aide au Travail Indépendant

CASNOS : Caisse Nationale de Sécurité Sociales des Non-Salariés

CNAS : Caisse Nationale des Assurance Sociales

CNAC : Caisse National d'Assurance Chômage

CNI : Conseil National de l'Investissement

CNRC : Centre National du Registre de Commerce

CRE : Centre de Recherche de l'Emploi

CSVF : Comité de Sélection de Validation et de Financement

CPA : Crédit Populaire Algérien

DEW : Direction de l'emploi de la Wilaya

EURL : Entreprise unipersonnelle à Responsabilité Limitée

FMI : Fond Monétaire International

FGAR : Fonds de Garantie des crédits

FNSEJ : Fond National de Soutien à l'Emploi des jeunes

GUD : Guichet Unique Décentralisé

IBS : Impôt sur les Bénéfices des Sociétés

IFU : Impôt Forfaitaire Unique

IRG : Impôt sur le Revenu Global

ME : Moyenne Entreprise

PME : Petite et Moyenne Entreprise.

PNR : Prêt Non Rémunéré

PE : Petite Entreprise

SA : Société Anonyme

SARL : Société à Responsabilité Limitée

SCS : Société en Commandité Simple

SNC : Société en Nom Collectif

SPA : Société Par Action

TAP : Taxe sur l'Activité Professionnelle

T.O : Tizi-Ouzou

TCR : Tableau de Compte de Résultat

TTC : Toute Taxe Comprise

TPE : Très Petites Entreprises

VAN : Valeur Actuelle Nette

Liste des figures

Numéro de la figure	Désignation	page
Figure n°01	Proposition d'un modèle stratégique d'entrepreneuriat	17
Figure n°02	Étapes d'étude de marché	27
Figure n°03	Organisation de l'ANSEJ	51
Figure n°04	Répartition du montant d'investissement niveau 1 pour le financement triangulaire	74
Figure n°05	Répartition du montant d'investissement niveau 2 pour le financement triangulaire	75
Figure n°06	Répartition du montant d'investissement niveau 1 pour le financement mixte	75
Figure n°07	Répartition du montant d'investissement niveau 2 pour le financement mixte	76
Figure n°08	Répartition des projets créés par l'ANSEJ	90
Figure n°09	Répartition des micro-entreprises et emplois créés par secteur d'activités	91

Liste des tableaux

Numéro du tableau	Désignation	page
Tableau n°01	Caractéristiques psychologiques des entrepreneurs	16
Tableau n°02	Les caractéristiques des principales sociétés commerciales	24
Tableau n°03	Investissement inférieur ou égal à 5000 000 DA	44
Tableau n°04	Investissement supérieur à 5000 001 DA et 10 000 000 DA	44
Tableau n°05	Présentation du projet	81
Tableau n°06	Structure de financement	85
Tableau n°07	La répartition des projets créés par l'ANSEJ du 01/01/2015 au 31/12/2018	90
Tableau n°08	Répartition de nombre des micro-entreprises créées et du nombre d'emplois par secteur d'activité	91
Tableau n°09	Structure d'investissement	100
Tableau n°10	Amortissement du crédit bancaire	101
Tableau n°11	Bilan d'ouverture	101
Tableau n°12	L'autonomie financière	104
Tableau n°13	Rentabilité économique	105
Tableau n°14	Rentabilité commerciale	106
Tableau n°15	Rentabilité financière	106



Introduction générale

L'entrepreneuriat joue un rôle important dans les différentes économies, par la contribution au développement économique, l'amélioration des conditions sociales et la répartition des richesses dans le monde entier. Le sujet de l'entrepreneuriat connaît un intérêt croissant lui conférant une place dans les politiques publiques et les programmes d'enseignement et de formation, dans la perspective de promouvoir les bonnes pratiques et connaissances et atteindre les gains attendus. Par ailleurs, l'entrepreneuriat est considéré comme un champ de recherche qui agrège plusieurs variables dont l'humain qui permet à la personne de considérer son esprit d'initiative, de créativité et d'innovation ainsi que sa prise de risque qui aboutissent parfois à l'estime de soi voire à un sentiment de réalisation. De nombreux pays ont décidé de réaliser des actions pour promouvoir la culture et l'esprit entrepreneurial chez les différentes catégories de populations. L'intérêt a débuté pendant les années 1980 quand la grande entreprise a montré ses limites et les petites entreprises ont connu leur succès. En Algérie ce n'est qu'à partir du milieu des années 1990, suite à l'intégration dans l'économie de marché, que le gouvernement a commencé à s'y intéresser et à lancer l'accompagnement entrepreneurial.

Cependant, l'activité entrepreneuriale a pris tout son essor, à savoir la liberté des entrepreneurs à créer des entreprises dans des secteurs de leur choix, et ce grâce à la levée du monopole de l'Etat sur l'activité économique et libérant les initiatives privées ou l'Etat a été pendant plus de 30 ans le principal entrepreneur.

Cette libéralisation de l'économie algérienne qui a été marquée dès le début de la décennie quatre-vingt-dix par l'application des réformes économiques (réformes fiscales, réformes bancaires, libéralisation des prix, libéralisation du commerce extérieur) qui convergent vers un certain libéralisme réclamant d'avantage d'Etat facilitateur et accompagnateur de l'initiative privée. Cette transition bouleverse profondément la politique économique du pays.

La jeunesse algérienne témoigne d'un intérêt grandissant pour l'entrepreneuriat, en particulier chez les demandeurs d'emploi. Par conséquent la mise en place de dispositifs d'accompagnement dans cette démarche encourage l'esprit d'entreprendre et permettrait de limiter les effets néfastes du chômage dans notre société. Cette accompagnement doit se composer d'une phase d'émergence pour passer de l'envie au projet, puis une phase de formation diplômante, accessible pour tous afin d'acquérir les compétences nécessaires à la gestion d'une activité et l'élaboration de son business plan (plan d'affaire).

Tout projet de création d'une entreprise repose sur une opportunité qui se présente au créateur et qui donne naissance à une idée de création qui évolue et mûrit pour ensuite définir un processus et une démarche concrète. Le passage de la naissance de l'idée de création d'entreprise à l'engagement du processus n'est pas un long fleuve tranquille, puisqu'il existe une phase très importante à savoir la mise au point d'un plan de développement stratégique et d'un business plan. En effet, la création d'entreprise ne s'improvise pas mais se prépare et la première démarche à entreprendre de ce point de vue est la prise de conscience des conditions générale du marché et l'élaboration d'un cheminement pour réaliser l'étude du marché qui sert à évaluer un certain nombre de paramètres qui revêtent une place particulièrement

cruciale, et constitue l'élément décisif qui détermine les chances de survie du projet. L'étude du marché nous renseigne sur la demande à laquelle le créateur entend répondre et ce, en fonction des entités spatiales et de la clientèle visées, sur l'état de la demande, le niveau de la concurrence et les niches inoccupées. Une fois informé quant à la (in)suffisance de la demande, le créateur sera éventuellement amené à modifier, à réorienter et à affiner son projet de création, notamment en fonction des résultats d'études de faisabilité. C'est seulement à partir du moment où le projet se révèle viable que le créateur s'occupera des questions relatives à la gestion d'entreprise et à son financement en mettant au point un business plan, un plan de développement stratégique à court et/ ou à moyen terme etc. Les créateurs d'entreprises dans le cadre du dispositif ANSEJ en Algérie se confrontent à des contraintes liées aux problèmes d'asymétrie d'information ou parfois à la méconnaissance du domaine d'activité dans lequel ils se lancent. Par conséquent, on constate chez ces nouveaux entrepreneurs une attitude de négligence de la phase d'étude du marché et mise en place d'une stratégie d'implantation, seul compte le démarrage.

Intérêt du thème

Notre intérêt pour l'entrepreneuriat et la création d'entreprises nous a amené à étudier l'aspect du montage financier des projets ainsi que les stratégies de création. Le but de notre réflexion consiste à étudier l'activité entrepreneuriale en portant une attention particulière sur les différents aspects liés à la stratégie entrepreneuriale ainsi que sur sa mise en place. L'objectif recherché à travers notre travail est de faire ressortir les caractéristiques d'une démarche de création réussie ainsi que de définir la relation entre stratégie et montage financier d'un projet.

Choix du thème

Le choix de notre thème est motivé d'une part, par l'intérêt que l'on porte à la discipline de l'entrepreneuriat, et à la création d'entreprises. En effet, cette tendance est aujourd'hui au cœur des préoccupations des porteurs de projet, et prend de plus en plus de place dans leur orientation professionnelle.

D'autre part, le choix de ce thème est motivé par la prise de conscience du rôle cruciale que joue la création d'entreprises dans le développement économique. Par ailleurs, envisager un travail autour de la création d'entreprises et de la stratégie de création nous a parus particulièrement intéressant.

Problématique et objectif de recherche

Ce travail traite sur la stratégie entrepreneuriale dans un contexte de démarrage d'un processus de création d'entreprises. L'idée de cette création vient à l'initiative du dirigeant qui a l'ambition de lancer son projet, dans un domaine pour lequel il a un intérêt particulier, ou une expérience et un savoir-faire aiguisée. La réalisation et montage du projet ne peut être possible que par la disposition de moyens de financements adéquat. De ce point de vu, l'existence de dispositif d'accompagnement et financement constitue pour l'entrepreneur une opportunité pour concrétiser son idée.

L'objectif de la recherche est donc de rendre compte d'un côté de ce qui se fait en terme de création d'entreprises par les différents dispositifs d'accompagnement, l'ANSEJ en l'occurrence. D'un autre côté, on définit ce qui devrait être fait dans ce même domaine en matière de planification et sélection des bons profils pour la création d'entreprise. L'apport de ce modeste travail est de porter une réflexion autour de la création d'entreprises, pouvant servir à orienter les étudiants qui envisagent de se lancer dans l'aventure de l'entrepreneuriat, après obtention de leurs diplômes.

Nous avons fait le choix de mettre l'accent sur la phase de démarrage d'une entreprise. À cet effet, nous avons privilégié l'aspect prévisionnel de cette création. L'accent est mis à la fois sur le processus et les choix d'allocation des ressources et axes de développement entrepris en vue de réaliser les objectifs tracés au préalable.

Notre problématique s'articule autour de deux éléments. D'un côté, la construction d'une stratégie entrepreneuriale, de l'autre le montage financier nécessaire pour mettre en œuvre cette dernière. Nous avons donc posé la question suivante :

Comment les montages financiers sont déterminés par les stratégies entrepreneuriales dans une perspective de saisie d'opportunité ?

De cette question principale découle des questions secondaires pour mieux appréhender les multiples facettes du sujet étudié, à savoir :

- Qu'est-ce que l'entrepreneuriat et l'entrepreneur ?
- Quelles sont les motivations à la création d'entreprise ?
- Comment s'élabore une stratégie entrepreneuriale ?
- Quelle est la réalité à laquelle sont confrontées les entreprises naissantes en termes de stratégie entrepreneuriale dans un contexte d'opacité du marché ?
- Comment procéder au montage financier d'un projet dans le cadre de l'ANSEJ ?

Notre étude se veut alors comme une tentative de réponse à ces diverses questions ;

Présentation de la méthodologie de recherche

La méthode suivie dans le cadre de notre travail de recherche, est basée sur une étude de cas unique, et ce grâce à une analyse qualitative des données recueillies auprès d'une entreprise créée via le dispositif ANSEJ. L'entreprise « hop and go » en question active dans le secteur des services notamment le voyage et le tourisme.

Pour mettre en œuvre notre méthode, nous avons eu recours aux outils suivants :

Sur le plan théorique, nous avons eu recours à une recherche documentaire sur le sujet de la recherche.

Sur le plan pratique, nous avons opté pour une étude qualitative qui consiste à recueillir des données concernant le sujet de recherche auprès de l'entreprise à étudier.

Limites de la recherche :

Durant notre recherche, on a été confronté à des difficultés qui ont rendu quelque peu difficile l'aboutissement de notre travail.

Sur le plan théorique du sujet on a trouvé des difficultés de disponibilité des ouvrages au niveau de la bibliothèque de la faculté.

Sur le plan pratique, on a été confronté à des difficultés d'accès aux informations et données nécessaires pour l'exemple qu'on a choisi pour illustrer le sujet. Ces difficultés sont essentiellement dues à la réticence des chefs d'entreprise lorsqu'il s'agit de communiquer des informations relatives à leur activité. Par conséquent, la pertinence de notre analyse s'est révélée limitée, bien qu'elle demeure tout de même intéressante.

Structure du mémoire

Comme premier point dans ce travail, nous avons jugé utile de se pencher sur les approches et les paradigmes de l'entrepreneuriat et de déceler les motivations de l'entrepreneur à la création d'entreprise. À cet effet, le premier chapitre portera sur l'entrepreneuriat et création d'entreprise.

Comme deuxième volet dans le cadre théorique de ce travail, nous avons opté pour le climat des affaires en Algérie et les institutions spécialisées dans le soutien et la promotion des petites et moyennes entreprises. Donc, le second chapitre s'articulera autour de l'entrepreneuriat en Algérie.

Enfin, pour pouvoir répondre à notre question de départ, nous avons mené une enquête auprès d'une entreprise opérante dans le secteur du tourisme afin d'évaluer son processus de création ainsi que les circonstances dont lesquelles elle s'est construite. Le troisième chapitre expose la procédure de création d'entreprises via le dispositif ANSEJ dans un premier temps. Ensuite, il analyse la démarche de création de l'entreprise qu'on illustre comme exemple.



**Chapitre I : Entrepreneuriat et
création d'entreprise**

Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprises

Introduction

« L'entrepreneuriat est un processus qui consiste à identifier, évaluer et exploiter des opportunités d'affaires dans le but d'introduire de nouveaux biens et services, de nouvelles structures d'organisation, de nouveaux marchés, processus, et matériaux, par des moyens qui, éventuellement, n'existaient pas auparavant »¹. Ses fruits sont perçus en termes d'emplois, de création de nouvelles entreprises, de renouvellement des entreprises et de l'innovation. En plus, l'entrepreneuriat peut apporter de la satisfaction aux individus qui engagent un processus entrepreneurial. Cette satisfaction, peut se traduire par un sentiment d'accomplissement qu'éprouve l'individu suite à la réalisation de ses objectifs.

Dans la théorie économique, l'entrepreneur est considéré comme le vecteur de la croissance économique. A travers le développement de son entreprise, il crée de la richesse et permet de générer des opportunités d'emplois. Ainsi l'entrepreneur devient le moteur de l'évolution économique, en inventant de nouvelles combinaisons des facteurs de production.

La création d'entreprises par les jeunes attire aujourd'hui une attention particulière des instances locales, régionales, nationales et voire même internationale. Elle apparaît comme une solution stratégique performante pour répondre aux problèmes d'insertion et de chômage des populations jeunes et devient un enjeu majeur dans les politiques de promotions de l'esprit d'entreprise.

Ce chapitre apportera dans un premier temps un éclairage sur le fondement de l'activité entrepreneuriale, ainsi que les différents concepts et approches fondamentales et ses apports à la société et l'économie en générale à travers notamment l'innovation et la création d'entreprises.

¹YVON, Pesqueux. « Entrepreneur, entrepreneuriat (et entreprise) : de quoi s'agit-il ? ».2011, p. 02. Format PDF.

Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprises

Section1 : Genèse et fondement de l'entrepreneuriat

Trois questions fondamentales peuvent résumer une grande partie de l'activité de recherche en entrepreneuriat. S'inspirant d'une formulation de Stevenson et Jarillo¹, ce triple questionnement peut ainsi être proposé : l'approche fonctionnelle (what) des économistes, l'approche centrée sur les individus (Why) and (Who) des spécialistes des sciences du comportement et les approches processuelles (How) à des gestionnaires. Après avoir évoqué les points de vue des économistes qui s'intéressent aux effets de l'entrepreneuriat et au rôle de l'entrepreneur dans le développement du système économique, nous aborderons successivement les approches centrées sur les individus et sur les processus.

I-1-1 Les approches et les paradigmes de l'entrepreneuriat

Un paradigme est une construction théorique faisant l'objet d'une adhésion d'une partie suffisamment significative des chercheurs qui, au sein de la communauté ainsi constituée, partagent le point de vue proposé par le paradigme. Par construction théorique, on peut entendre : concept, modèle théorie, ou tout autre qualificatif résultant d'une intellectualisation d'un objet ou d'une notion². L'approche quant à elle, concerne l'angle par lequel on considère un phénomène, elle consiste à focaliser son attention sur un facteur qu'on juge pertinent pour cerner le phénomène et le comprendre.

I-1-1-1 Les approches de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un processus impliquant des individus actifs et des ressources évoluant dans un environnement changeant et conduisant à la création d'une activité nouvelle. On le définit comme étant l'appropriation et la gestion des ressources humaines et matérielles dans le but de trouver, de proposer et d'implanter des solutions qui répondent aux besoins des individus. L'entrepreneuriat comporte une attitude qui pousse des personnes à se lancer dans une nouvelle activité et à prendre les moyens pour réaliser un rêve ou un désir, tout en tenant compte des risques de l'aventure.

Plusieurs études ont été menées au cours de ces dernières années sur l'entrepreneur, ces recherches et études ont évolué dans trois directions différentes. En distingue trois approches différentes :

1. Approches centrée sur les faits (fonctionnels)

C'est l'approche la plus ancienne, elle est directement héritée des grands auteurs et penseurs de la théorie économique tels que Richard Cantillon, Jean Baptiste Say, Joseph Schumpeter³, l'entrepreneur dans le système économique joue des rôles fondamentaux et il peut être assimilé à un « preneur de risque » ou à un « innovateur ».

Néanmoins, d'autres courants de la pensée économique apportent un éclairage différent ou complémentaire et constituent également des points de vue intéressants. Citons

¹VERSTRAETE, Thierry., FAYOLLE, Alain. Paradigmes et entrepreneuriat, Revue de l'entrepreneuriat, vol 4.n°1,2005, p.32-36. Disponible sur http://www.asso.nordnet.fr/r-e/RE0401tv_af.pdf. Consulté avril 2019.

² VERSTRAETE, Thierry. FAYOLLE, Alain. « Quatre paradigme pour cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat ». 7^{ème} CIFEPME, octobre 2004, Montpellier. P.1. Format PDF.

³Ibid., p. 10-11.

Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprises

par exemple Kirzner le rôle principal de l'entrepreneur est justement de réagir aux incohérences des prix, car le point distinctif de l'entrepreneur des autres agents économiques et que les agents ordinaires achètent selon les prix qu'ils observent sur le marché, alors que l'entrepreneur propose des prix différents et lance des programmes de production dont il sait qu'ils vont influencer le marché futur.

2. Approches centrée sur les individus

Cette approche est apparue à partir des années 50, elle consiste à repérer les caractéristiques psychologiques des entrepreneurs, leurs traits de personnalité, leurs motivations, leurs comportements, leurs origines et leurs trajectoires sociales.

Il est également question d'éléments de biographies : Avoir eu des parents entrepreneurs, avoir été licencié plusieurs fois, être un immigré ou un enfant d'immigrés, voir occupé un emploi précédent dans une entreprise, être l'aîné de la famille et être diplômé de l'enseignement supérieur.

L'objectif final est d'essayer d'établir un profil type d'entrepreneur répondant à des caractéristiques spécifiques empiriquement démontrés, de ce point de vue les chercheurs appartenant à ce domaine se sont attelés à essayer de déterminer les caractéristiques principales qui distinguent l'entrepreneur des autres (non entrepreneurs).

Une réponse est donnée par Stevenson et Jarillo qui estiment qu'il est difficile de modéliser et d'expliquer un comportement complexe (l'entrepreneuriat) en s'appuyant sur quelques traits psychologiques ou sociologiques. Ce constat, de plus en plus partagé, a conduit les chercheurs à s'intéresser à l'étude des processus entrepreneuriaux.

3. Approches centré sur le processus

Depuis le début des années 90¹, une troisième approche contemporaine est apparue. En effet, de nombreux auteurs ont affirmé qu'il est réducteur de limiter l'étude du phénomène entrepreneurial en se référant à quelques traits de personnalité ou à des comportements. Il paraît important de s'ouvrir à de nouvelles perspectives de recherche qui prennent en considération l'aspect dynamique et processuel de l'entrepreneuriat.

Gartner définit le processus entrepreneurial comme étant le processus qui précède la création d'une organisation. Il commence par « l'initiation », c'est-à-dire le moment où l'entrepreneur décide de créer une entreprise et se termine par « l'établissement » c'est-à-dire la création de l'entreprise.

D'autres auteurs définissent le processus entrepreneurial sous un angle plus élargi que celui de la création d'une nouvelle organisation.

Selon Shane et Venkataraman, définissent le processus entrepreneurial comme étant le processus d'identification et d'exploitation d'une opportunité.

¹HERNANDEZ, Emile-Michel. « L'entrepreneur : une approche par les compétences ». Editions Ems, 2010, P. 11.

Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprises

I-1-1-2 Les paradigmes de l'entrepreneuriat

Fayolle et Verstraete pensent également que l'entrepreneuriat est un domaine trop complexe et trop hétérogène pour se limiter à une définition. Ils proposent donc de classer de différentes définitions avancées par les auteurs selon quatre courants de pensée ou paradigmes qui sont ¹: le paradigme de l'opportunité d'affaires, le paradigme de la création d'organisation, le paradigme de la création de la valeur, le paradigme de l'innovation.

1. Le paradigme de l'opportunité d'affaires

Il repose sur l'idée que l'entrepreneuriat est un processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation des opportunités.

Schumpeter souligne l'importance de l'innovation qui constitue l'entrepreneuriat, tandis que Kirzner met en évidence l'importance de la découverte d'opportunité dans les marchés, l'ensemble de ces travaux ont en commun la mise en évidence de l'entrepreneur comme étant un acteur à la recherche d'opportunité et de profit².

Pour Venkataraman, le processus découverte-évaluation et exploitation de l'opportunité est associé à des individus (découvreur, évaluateur et exploitateur). Cette perspective porte sur l'émergence d'une nouvelle activité économique sans qu'elle soit nécessairement liée à l'émergence d'une nouvelle organisation. Une activité peut être considérée nouvelle parce qu'elle présente une combinaison nouvelle d'idées existantes ou parce qu'elle crée une nouvelle idée qu'elle combine avec les idées préexistantes. Ils présupposent que les opportunités existent dans la nature et il suffit d'avoir une capacité à les reconnaître pour les exploiter et les transformer en réalités économiques.

Par contre, pour Alain Fayolle, l'opportunité entrepreneuriale se construit au cours du processus de création de l'activité et non pas qu'elle est le point de départ qu'il faut découvrir de ce processus.

2. Le paradigme de la création d'organisation

Ce courant de pensée définit l'entrepreneuriat comme la création d'une organisation par une ou plusieurs personnes.

La conception de Gartner repose sur l'idée que l'entrepreneuriat est un phénomène consistant à créer une nouvelle organisation, il a porté principalement sa réflexion sur le concept d'émergence organisationnelle qui s'applique à un phénomène découlant de l'interaction de différents stimuli tels que l'expérience, les images ou les idées, prenant sens dans une combinaison nouvelle. Il a illustré l'acte de création par une citation de Collins et Moore, où ces derniers reconnaissent aux entrepreneurs la capacité à transformer leurs rêves (leur vision) en action par la création d'une affaire.

Dans cette vision, l'étude de l'entrepreneuriat revient à étudier la naissance de nouvelles organisations, c'est-à-dire les activités par lesquelles le créateur mobilise et combine les ressources pour concrétiser l'opportunité en un projet.

¹VERSTRAETE, T.FAYOLLE, A. Op.cit., p.30.

²Ibid., p. 32-36.

Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprises

Pour Verstraete¹ «L'entrepreneuriat est vu comme un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion ».

3. Le paradigme de création de la valeur

Ce courant de pensée définit l'entrepreneuriat comme un phénomène ou un processus créant de la valeur, qu'elle soit individuelle économique ou sociale². Souvent l'entrepreneuriat est considéré comme porteur de richesse et d'emplois pour la nation, ou bien globalement de la valeur. Ses enjeux économiques et sociaux sont relevés depuis longtemps, ainsi plusieurs études s'efforcent de démontrer l'existence de liens forts entre les activités entrepreneuriales et la croissance économique dans de nombreux pays.

4. Le paradigme de l'innovation

Dans la lignée des travaux de Schumpeter, ce courant accorde une importance capitale à l'innovation dans la définition de l'entrepreneuriat, Julien et Marchesnay³, donnent une définition à l'entrepreneuriat à partir de cette vision « l'innovation constitue le fondement de l'entrepreneuriat, puisque celui-ci suppose des idées nouvelles pour offrir, ou produire de nouveaux biens ou services, ou encore pour réorganiser l'entreprise. L'innovation c'est créer une entreprise différente de ce qu'on connaissait auparavant, c'est découvrir ou transformer un produit, c'est proposer une nouvelle façon de faire de distribuer ou de vendre ».

I-1-2 Les motivations et les caractéristiques de l'entrepreneur

La création d'entreprise est devenue un levier indispensable pour le développement des pays. Elle est considérée comme un vivier important d'emplois, d'innovations et de richesse. En effet, chaque porteur de projet doit connaître et expliciter ses motivations et caractéristiques, identifier ses atouts et détecter ses points forts et faibles puisque chaque personne est unique.

I-1-2-1 Notion d'entrepreneur

On entend par l'entrepreneur dans notre présente étude, celui qui cherche à créer une affaire à fin d'en tirer le profit, et aussi celui qui cherche à être son propre employeur et doté de capacités, telles que : la créativité, la prise de risque, l'esprit d'initiative, etc.

La notion d'entrepreneur recouvre de nombreuses acceptions particulières n'ayant parfois que peu de liens entre elles, de sorte qu'il n'existe actuellement aucun accord précis sur ce que serait réellement la définition de l'entrepreneur.

¹VERSTRAETE,Thierry. « Proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat », Editions de l'ADREG, décembre 2003, p.38. Disponible sur : <http://asso.nordnet.fr/adreg>. Consulté avril 2019.

²JANSSEN, Frank. « Entreprendre une introduction à l'entrepreneuriat : petites entreprises & entrepreneuriat ». 1^{er} éd. Paris : Editions De Boeck Université, 2009, p.26.

³JULIEN. Pierre-André. MARCHESNAY, Michel. « L'entrepreneuriat ». Paris : Edition Economica, 1996, p.35, in M. Bellotto, « Processus de transformation des intentions en action entrepreneuriales». P.13.

Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprises

L'analyse de l'évolution de la perception de l'entrepreneuriat dans la pensée économique peut toutefois aider à cerner au mieux cet élément essentiel. Trois auteurs ont, à ce titre, considérablement influencé leur époque et la vision que l'on peut avoir de l'entrepreneur :

1. Selon Richard Cantillon

Richard Cantillon fut le premier à définir ce qu'est un entrepreneur. Il définit l'entrepreneur « par son affrontement du risque, celui qui s'engage de façon ferme vis-à-vis d'un tiers, sans garantie de ce qu'il peut en attendre »¹.

Pour lui, l'entrepreneur n'exerce pas ses talents dans un secteur économique spécifique², tels que l'industrie, le commerce ou l'agriculture. Il représente celui qui assume le risque de l'incertain peu importe le secteur. En effet, il envisage de revendre ces moyens, tels que des biens ou des services, mais à un prix incertain, le profit serait alors la juste rémunération d'une activité aussi risquée.

2. Selon Jean Baptiste Say

Dans cette optique, l'entrepreneur d'industrie peut se définir comme « celui qui entreprend de créer pour son compte, à son profit et à ses risques, un produit quelconque » et il le définit ainsi : « celui qui réunit et combine les moyens de production »³. Cette mission d'harmoniser les trois facteurs de production que sont la terre, le travail et le capital, repose sur l'hypothèse que "le regroupement derrière les entrepreneurs" permet de dépasser les éventuels obstacles à une combinaison optimale de ces facteurs. Le but premier de l'entrepreneur serait dès lors d'accroître la production, laissant la recherche du profit comme objectif annexe.

3. Selon Joseph Schumpeter

Pour lui l'entrepreneur est « celui qui introduit et conduit l'innovation », celui qui crée une combinaison des facteurs de production de manière à innover au sein du processus de développement économique.

Dans l'optique schumpetérienne, le processus d'innovation est l'essence même du développement économique. Cette innovation doit être comprise au sens large. Il peut s'agir de la fabrication d'un bien nouveau, de l'introduction d'une méthode de production nouvelle, de la conquête d'un nouveau débouché, de la conquête d'une source nouvelle de matières premières ou encore de la réalisation d'une nouvelle organisation de la production⁴.

I-1-2-2 Les motivations de l'entrepreneur

L'entrepreneur joue un rôle clé dans la création de nouvelles organisations et, de ce fait, apporte une contribution majeure à la croissance économique.

¹BOUTILLIER, Sophie. UZUNIDIS, Dimitri. « L'entrepreneur : une analyse socio-économique ». Paris : Edition ECONOMICA, 1995, p. 16.

²HENRI, Capron. « Entrepreneuriat et création d'entreprise ». 1^{er} éd. Paris : Edition de Boeck Université, 2009, p.15.

³HERNANDEZ, Emile-Michel. MARCO, Luc. « Entrepreneur et décision : de l'intention à l'acte ». Paris : Editions ESKA, 2006, p 15.

⁴ HENRI, C. Op., cit.p.15.

Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprises

Cette association "entrepreneur/création d'entreprise" suppose l'existence de raisons fondamentales poussant l'individu à se lancer sur un chemin nouveau, celui de la gestion d'une organisation. La personnalité des dirigeants, avec leurs expériences, leurs compétences, leurs motivations et leurs goûts personnels, joue un rôle particulièrement fondamental dans la mesure où la création de l'entreprise est pour eux un acte essentiel dans lequel ils s'expriment personnellement et se projettent dans l'avenir¹. Par ailleurs, au cours du processus de création, l'entrepreneur va souvent modifier ses manières de voir ou ses buts, procéder à des apprentissages, son projet peut également évoluer et des partenaires nouveaux s'impliquer. Il apparaît dès lors intéressant d'identifier les facteurs de motivation des entrepreneurs ainsi que la manière dont ils évoluent et dont ils orientent les choix des objectifs assignés à l'entreprise.

Nous détaillons à présent ces différents éléments en les regroupant cette fois selon des catégories d'intérêts² : personnel, familial ou financier.

1. Les motivations d'ordre personnelles

Les motivations d'ordre personnelles relèvent de ce qui motive l'entrepreneur de manière personnelle au-delà de la motivation financière qui peut se rattacher à l'acte d'entreprendre.

1.1 L'accomplissement personnel

L'entrepreneur, avant toute autre motivation, un souhait d'épanouissement et de développement personnel. Il a la volonté de se réaliser et de réaliser ses ambitions. Ce besoin d'accomplissement peut se voir associé à une volonté de créer quelque chose de nouveau ou d'appliquer des connaissances acquises antérieurement, cela suppose qu'une personne préfère devenir entrepreneur et créer sa propre affaire plutôt que de poursuivre un emploi frustrant ou de subir des tensions dans son entourage professionnel.

Enfin, cette motivation peut encore s'interpréter comme un besoin de prouver sa valeur personnelle ou comme la volonté de faire mieux que les autres.

1.2 L'indépendance personnelle

L'entrepreneur a la possibilité d'agir selon ses propres idées et initiatives. Le statut d'entrepreneur permet d'échapper aux contraintes parfois trop fortes qu'un travailleur peut subir dans son environnement professionnel. Autrement dit, la personne détermine les tâches à effectuer et le planning à respecter pour parvenir aux résultats escomptés.

Finalement, le fait d'être son propre patron est également la garantie d'un emploi stable pour l'entrepreneur.

2. Les motivations d'ordre familial

L'environnement familial peut exercer une double influence :

- D'une part, il peut inciter un jeune à imiter un membre de la famille (souvent le père) et le décider à créer sa propre affaire. La plupart des entrepreneurs ont des parents qui sont propriétaires ou ont créé leur propre affaire.

¹ FAYOLLE, Alain. « Introduction à l'entrepreneuriat ». Paris : DUNOD, 2005, p 12.

² JANSSEN, F. Op.cit., p.28.

Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprises

- D'autre part, reprendre et agrandir l'affaire familiale est souvent considéré comme un "must" qui pousse les enfants à continuer l'œuvre de leurs aînés.

3. Les motivations d'ordre financier

La motivation financière est souvent la raison principale qui pousse l'entrepreneur à s'engager. Elle peut représenter pour le créateur d'entreprise un moyen d'améliorer ses conditions de vie en générale.

3.1 L'alternative au chômage

Le licenciement peut avoir un rôle déclencheur, surtout s'il est associé à une opportunité de reprendre une affaire. En effet, certaines personnes sont prêtes à tout pour éviter de rester sans emploi et le statut d'entrepreneur leur permet d'échapper aux contraintes de l'environnement.

Pour certaines personnes, devenir entrepreneur peut provenir d'une nécessité de créer un emploi qu'il a renoncé à trouver par ailleurs. Pour l'initiateur de ce type de projet, il s'agit de créer plus son emploi qu'une entreprise (Bruyat). Certains créateurs sont des chômeurs de longue durée n'ayant généralement pas d'autre issue que de tenter de créer leur propre emploi.

3.2 Les incitants financiers

Les études empiriques effectuées sur le sujet ont démontré que certaines personnes peuvent être motivées par la recherche d'un salaire plus élevé ou de compensations financières. Le statut d'entrepreneur apparaît à certains comme un moyen d'atteindre une indépendance financière (Bragard, 1987).

I-1-2-3 Les caractéristiques de l'entrepreneur

Les entrepreneurs se caractérisent par quelques traits qui permettent de les différencier des autres groupes professionnels. Des études sur l'entrepreneuriat ont notamment porté sur les caractéristiques démographiques et psychologiques tels que : le besoin d'accomplissement, la prise de risque, l'esprit inventif, l'autonomie, le lieu du contrôle du destin, et la confiance en soi.

I-1-2-3-1 caractéristiques démographiques

Certaines recherches se sont penchées sur le lien possible entre les caractéristiques démographiques d'un individu, comme le sexe, l'âge, l'ethnicité ou l'état civil, et sa tendance à faire de l'entrepreneuriat son choix de carrière. L'âge est, par exemple, généralement associé à un comportement plus conservateur poussant les individus à privilégier des objectifs de sécurité salariale et professionnelle. Le sexe peut contribuer à déterminer les opportunités d'emploi et d'accès à des réseaux professionnels d'un individu¹.

I-1-2-3-2 caractéristiques psychologiques

Celles-ci portent sur les caractéristiques psychologiques, ou « traits », Les traits peuvent être définis comme les caractéristiques durables de la personnalité qui se manifestent par un comportement relativement constant face à une grande variété de situations. L'étude

¹JANSSEN, F. Op.cit., p.39-40.

Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprises

des traits à principalement pour objectif de déterminer ce qui conduit une personne à s'engager dans une activité entrepreneuriale et, par conséquent, d'identifier les caractéristiques psychologiques permettant de prédire ce comportement entrepreneurial.

Ces études ont notamment porté sur les traits suivants : le besoin d'accomplissement, la prise de risques, l'esprit inventif, l'autonomie, le lieu de contrôle du destin, la confiance en soi.

1. Le besoin d'accomplissement

Le besoin d'accomplissement est le besoin de se réaliser, d'exploiter et de mettre en valeur son potentiel, l'entrepreneur préfère être le responsable des solutions de ses problèmes, au lieu de subir des commandes (être un simple salarié) et il se caractérise par une forte volonté d'établir ses propres objectifs et les faire réaliser par soi-même.

2. La prise 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 risque comme étant une caractéristique qui différencie les entrepreneurs des autres individus ».

Lors de la 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, et 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.

3. L'esprit inventif

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

4. L'autonomie

Pour Davids, le besoin d'autonomie se manifeste chez les individus qui préfèrent mettre en place leurs propres objectifs, développer des plans d'action et contrôler eux même la réalisation de leurs objectifs. Ces individus cherchent à éviter la restriction et les rôles établis dans les organisations et choisissent ainsi une activité indépendante.

5. Lieu de contrôle du destin

L'entrepreneur aurait un lieu de contrôle du destin interne : pour lui, les conséquences de ses actions dépendraient de son propre comportement et ne seraient pas le résultat d'autres causes, comme le hasard ou la décision d'autrui (Borland). Si l'entrepreneur ne se croyait pas capable de contrôler la performance de son entreprise, il n'aurait aucune raison de chercher activement à changer l'ordre des choses.

6. La confiance en soi

Avoir confiance en soi c'est avant tout se connaître, c'est croire en son potentiel et en ses capacités.

Pour Davids, il s'agit de la confiance en sa capacité à réaliser efficacement certaines actions. Les individus qui ont une grande confiance en eux sont plus à même de persévérer lorsque les

Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprises

problèmes apparaissent et d'agir pour résoudre les problèmes. Ils seraient plus intuitifs, et auraient un plus grand espoir de réussite et s'engageraient dans des perspectives à long terme.

Ces traits ne sont que quelques exemples des caractéristiques que l'on a attribuées à l'entrepreneur.

Tableau n°01 : Caractéristiques psychologiques des entrepreneurs

Esprit inventif	Besoin d'accomplissement
Leaders	Lieu de contrôle du destin interne
Preneurs de risques modérés	Confiance en soi
Indépendants	Implication à long terme
Créateurs	Tolérance à l'ambiguïté et à l'incertitude
Energétiques	Initiative
Persévérants	Apprentissage
Originaux	Utilisation de ressources
Optimistes	Sensibilité envers les autres
Orientés vers les résultats	Agressivité
Flexibles	Tendance à faire confiance
Débrouillards	Argent comme mesure de performance

Source : Filion (1997) in JANSSEN, F. Op., cit.40.

I-1-3 Les stratégies entrepreneuriales

Le concept de « stratégie entrepreneuriale » résulte de la volonté de l'entreprise d'adopter une attitude stratégique marquée par une forte disposition à la proactivité, à la prise de risque et à l'innovation ; une stratégie dite multidimensionnelle applicable pour tout le tissu d'entreprise d'un pays. Ainsi, la stratégie entrepreneuriale représente le point de jonction entre l'entrepreneuriat et le management stratégique, qui s'inscrivent dans la discipline scientifique des sciences de gestion. Ces deux domaines de recherche sont aussi bien singuliers que complémentaires, puisque la stratégie entrepreneuriale les rassemble, permettant dans la foulée une meilleure analyse des évolutions stratégiques de l'entreprise, et par la suite une meilleure prise de décision stratégique.

La stratégie d'entreprise¹ consiste, en effet, à se fixer des objectifs en fonction de la configuration de l'environnement et des ressources disponibles dans l'organisation puis allouer ces ressources afin d'obtenir un avantage concurrentiel durable et défendable. L'environnement peut être abordé de façon étroite, il s'agit alors pour l'entreprise d'analyser son marché, ses clients, ses concurrents.

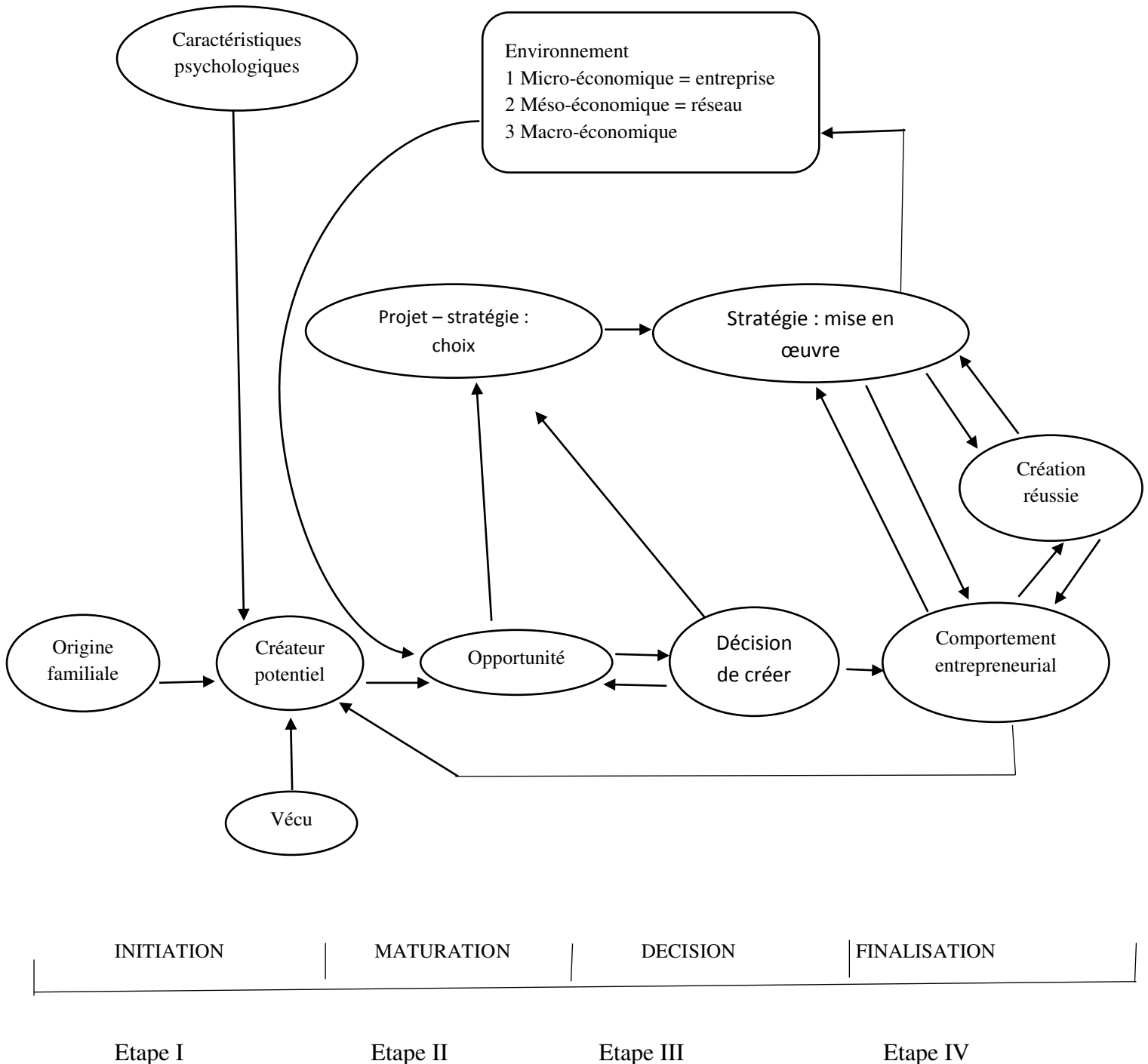
On peut schématiser un modèle stratégique d'entrepreneuriat en prenant en compte toutes les caractéristiques et les contraintes du processus entrepreneurial. Il comprend quatre

¹HERNANDEZ, Emile-Michel. « Le processus entrepreneurial vers un modèle stratégique ».Paris : Edition Haramattan, 1999. P.48.

Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprises

étapes : L'initiation (Etape I), la maturation (Etape II), la décision (Etape III), et la Finalisation (Etape IV)¹.

Figure n° 01 : proposition d'un modèle stratégique d'entrepreneuriat



Source : HERNANDEZ, E-M. MARCO, L. Op. Cit. p .45.

Ce modèle intègre les caractéristiques sociologiques et psychologiques du créateur à tous les niveaux (comportement entrepreneurial) ; considère l'opportunité comme moteur de la décision de création ; reconnaît à la stratégie un rôle essentiel dans la réussite future de la

¹HERNANDEZ, E-M. MARCO, L. Op. cit. p .44.

Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprises

firme ; met en avant la performance comme condition de la pérennité ; et fait apparaître le caractère diachronique de la création avec des ajustements plus ou moins longs aux opportunités et menaces de l'environnement.

En générale, la création d'entreprises ne s'improvise pas mais se prépare. En premier lieu, il est important de réaliser une étude de marché pour évaluer la demande à laquelle le créateur entend répondre. Elle le renseigne, en fonction des entités spatiales et de la clientèle visées, sur l'état de la demande, le niveau de concurrence et les niches inoccupées. Une fois informé quant à la (in)suffisance de la demande, le créateur sera éventuellement amené à modifier, à réorienter et à affiner son projet de création, notamment en fonction des résultats d'études de faisabilité. C'est seulement à partir du moment où le projet se révèle viable que le créateur s'occupera des questions relatives à la gestion d'entreprise et à son financement en mettant au point un business plan, un plan de développement stratégique à court et/ ou à moyen terme etc.

Bien que les étapes décrites ne reflètent que le bon sens et paraissent élémentaires, en réalité bon nombre de créateurs ne jugent pas nécessaire la réalisation d'études préparatoires à la création d'entreprise. Ainsi la majorité des primo-créateurs se lancent dans la création sans avoir explicitement pris connaissance de l'état du marché et la viabilité de leur entreprise. Cela pourrait laisser sous-entendre un manque de conscience quant à la nécessité d'une approche stratégique et prospective en matière de création d'entreprises.

Les chercheurs s'accordent sur le fait qu'une étude de marché permet de clarifier un certain nombre de questions cruciales pour la pérennité de l'entreprise¹: Quel est le marché visé ? À quel besoin correspond le produit ou le service offert ? À quel niveau de prix doit-il être vendu ? Quels sont les concurrents ? Quel est le meilleur endroit pour implanter le siège d'exploitation/d'administration ? Quel est l'environnement professionnel, économique, législatif et scientifique ? À combien peut-on raisonnablement estimer le chiffre d'affaire prévisionnel ? Etc. Comme mentionné précédemment, une étude de marché constitue, en général, la première démarche à entreprendre et précède, dès lors, la mise au point d'un plan de développement stratégique et d'un business plan.

Dans l'élaboration de sa stratégie, l'entreprise doit identifier les facteurs de compétitivité et s'efforcer de les maîtriser mieux que ses concurrents. L'école de l'orientation entrepreneuriale distingue cinq dimensions qui caractérisent et testent le comportement entrepreneurial d'une firme².

1. La propension à innover

L'innovation constitue, selon de nombreux auteurs, une dimension essentielle de l'entrepreneuriat. La nouveauté est au fondement de la création d'une activité. Les entrepreneurs, agents de ce changement, peuvent initier cinq types d'innovations : l'introduction d'un nouveau produit ou l'amélioration de la qualité, l'introduction d'une nouvelle méthode de production, l'exploration d'un nouveau marché, le recours à une

¹ LEROY, Frédéric. «Les stratégies de l'entreprise ». 2^e éd. Paris : DUNOD, 2004, p. 10.

²JANSSEN, F. Op. cit. p. 306-307-308-309.

Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprises

nouvelle source d'offre de matières premières ou de produits finis et, enfin, la mise en place d'un nouveau type d'organisation industrielle. Dans une entreprise, la propension à innover reflète d'une tendance à s'engager dans des processus de génération d'idées, de créativité, de développement d'opportunités qui peuvent conduire à l'émergence de nouveaux produits, de nouveaux services ou de nouvelles technologies, et à supporter ces processus.

2. La prise de risque

Le comportement entrepreneurial est stimulé par des situations menant à un résultat attendu fortement valorisé au prix d'un risque important qu'il est possible de rendre acceptable en le réduisant ou en le partageant. Ce sont l'espérance de gains importants et la possibilité de maîtriser le risque inhérent. Bien sûr, ces perceptions, tant de risque que d'espérance, demeurent fort subjectives et soumises à de nombreux filtres propres aux acteurs (préférence, aversion, attitude, etc.).

3. La proactivité

D'une manière générale, le terme « proactivité » recouvre une volonté, une dynamique propre qui s'affirme indépendamment des éléments extérieurs. La proactivité se retrouve, à un niveau élevé, dans des entreprises qui se comportent plutôt en leader et moins en suiveur. Elle peut être l'expression d'une forte identité dont découle un comportement automoteur. La volonté d'être le premier à définir une nouvelle offre, à entrer dans un marché encore inexploré manifeste cette inclination pour l'action.

4. L'agressivité compétitive

Les nouvelles activités et surtout les nouvelles firmes souffrent du handicap de la nouveauté. Dans ces conditions, elles devront progressivement gagner en légitimité et rééquilibrer le pouvoir dans les relations avec toutes leurs parties prenantes (clients, fournisseurs, etc.). L'agressivité compétitive renvoie par conséquent à la propension des firmes à défier directement et intensément leurs concurrents pour accéder au marché et améliorer leur position concurrentielles dans des processus de lancement de nouvelles activités. Cette dernière prend des formes multiples tels que ; faire les choses d'une façon différente grâce à de nouvelles configurations ; changer le contexte en redéfinissant le produit ou le service ainsi que les canaux de distribution ; dépenser plus que le leader de l'industrie.

Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprises

Section 02 : Formes de l'entrepreneuriat et création d'entreprises

La création d'entreprises a une place importante dans l'entrepreneuriat. Elle est le phénomène qui permet au créateur de transformer son idée d'affaire en opportunité, puis en un projet d'entreprise et enfin à une entreprise nouvelle. Elle permet la création d'un grand nombre d'entreprises génératrices de richesse et d'emplois.

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.

I-2-1 Définition de la création d'entreprise

Pour comprendre le mot création, il faut nous référer au dictionnaire¹. Ce mot désigne à la fois un résultat : ce qui a été créé, en l'occurrence une entreprise nouvelle, mais aussi un processus : action de faire, d'organiser quelque chose qui n'existait pas encore. Ce processus se déroulant dans un environnement particulier. Qui dit action dit nécessairement acteur, quelqu'un ou quelque chose qui agit. Dans le cas de la création d'entreprise, ce sujet peut être un individu, une équipe, une ou plusieurs organisations.

Ainsi, la création d'entreprise² est une organisation de production de biens et ou de services en vue de réaliser du profit. Il s'agit de toute personne morale, ou toute personne physique exerçant pour son propre compte une activité professionnelle non salariée.

I-2-1-1 Typologie de l'entreprise

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

I-2-1-1-1 Notions générales

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 ses 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.

¹Le petit robert

² BRUYAT, Christian. « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation ».thèse de doctorat en sciences de gestion. Université Pierre Mendès-France- Grenoble II, 1993. P.92. format PDF.

Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprises

I-2-1-1-2 Classification des entreprises

Cette classification peut se faire selon trois aspects :

- classification par secteur.
- classification par type d'opérations accomplies.
- classification selon la branche d'activité.

1. La classification par secteur

A ce niveau de répartition, on peut classer les entreprises selon quatre secteurs¹ :

- **Le secteur primaire** : qui regroupe toutes les entreprises utilisant à titre principal le facteur naturel. Il englobe l'agriculture, l'élevage, la pêche, etc...
- **Le secteur secondaire** : qui réunit toutes les entreprises ayant comme activité la transformation de matières premières en produits finis et englobe donc toutes les industries.
- **Le secteur tertiaire** : qui rassemble toutes les entreprises prestataires de services. Sa composition est très hétérogène car il regroupe tout ce qui n'appartient pas aux deux autres secteurs, à savoir : les activités de distribution, de transport, de loisir, de crédit, d'assurance, hôtellerie,....
- **Secteur quaternaire** : regroupe les entreprises de production de Haute Technologie (Spatial, aéronautiques...).

2. La classification selon le type d'opérations accomplies

Les opérations effectuées dans une entreprise peuvent être classées en 5 catégories :

- **Les entreprises agricoles** : ce sont des opérations dans lesquelles le facteur naturel est prédominant.
- **Les entreprises industrielles** : effectuent des opérations de transformation de la matière en produits finis.
- **Les entreprises commerciales** : réalisent les opérations de distribution des biens et assurent la fonction de grossiste (c'est-à-dire l'achat en grande quantité directement chez le fabricant et la vente en grande quantité au revendeur) ou de semi-grossistes (stade intermédiaire entre le grossiste et le détaillant) ou de détaillants qui vendent directement au consommateur.
- **Les entreprises de prestations de service** : fournissent deux types de services :
 - service de production vendue à d'autres entreprises : société d'étude, agences de publicité...
 - service de consommation : entreprises rendant des services aux consommateurs (transport, restaurants, locations...)
- **Les entreprises financières** : réalisent des opérations financières à savoir : la création, la collecte, la transformation et la distribution des ressources monétaires et des ressources d'épargne. Elles sont constituées par les banques.

¹MARCHESNAY, Michel. « Gestion de la PME-PMI ». Paris : Edition Nathan, 1997, p.150.

Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprises

3. La classification selon la branche d'activité

À la différence du secteur, qui rassemble des activités variées, la branche ne regroupe que les entreprises fabriquant, à titre principal, la même catégorie de biens, entreprises de l'industrie pharmaceutique, industrie...

Les entreprises d'une même branche ont pour points communs :

- l'usage d'une même technique ;
- l'utilisation des mêmes matières premières ;
- des intérêts communs dans certains domaines : ce qui leur permet de regrouper certaines de leurs activités et de créer des services communs, notamment de recherche, d'achat ou de vente, filiales communes ;

Le concept de branche se rapporte à une notion économique qui est le produit, est comme l'entreprise produit plusieurs biens, elle appartient à plusieurs branches¹.

4. La classification selon la taille

Les entreprises ont des tailles différentes. Selon sa dimension, l'entreprise va du simple atelier jusqu'à la grande entreprise².

4.1 Effectif du personnel employé : selon ce critère, on distingue :

- Les très petites entreprises (TPE) sont des entreprises qui emploient entre 0 et 9 employés ;
- Les petites entreprises (PE) qui emploient un effectif compris entre 10 et 49 salariés ;
- Les moyennes entreprises (ME) employant un effectif compris entre 50 et 499 salariés ;
- Les grandes entreprises qui emploient plus de 500 salariés.

4.2 Selon le chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires permet d'avoir une idée sur le volume des transactions de l'entreprise avec ses clients. L'importance d'une entreprise peut se définir par le volume de ses transactions. Ce critère est important pour les raisons suivantes :

- Il est utilisé pour apprécier l'évolution des entreprises et pour les classer par ordre d'importance selon leur chiffre d'affaires.
- Il constitue un outil de gestion : la variation du chiffre d'affaires permet à l'entreprise de mesurer la pertinence de ses méthodes de ventes. Ainsi, une baisse du chiffre d'affaires est souvent interprétée comme un indicateur important de la mauvaise santé de l'entreprise.
- Il est utilisé à des fins comparatives dans la mesure où il permet à l'entreprise de se positionner par rapport aux autres entreprises de la même branche.

¹MELBOUCI, Belhout Leila. « Economie de l'entreprises algérienne ».Alger : Edition AL Amel, 2009, p.162-163.

²Ibid., p.170.171.

5. La classification des entreprises selon les critères juridiques

La forme juridique permet de distinguer les principaux types suivants :

5.1 Les entreprises individuelles : L'entreprise individuelle est exploitée par une personne physique qui utilise ses ressources personnelles sans faire de distinction avec son propre patrimoine. Il demeure personnellement et entièrement responsable de ses dettes. En cas d'échec financier, on peut saisir tant ses biens personnels que les actifs de l'entreprise¹.

5.2 Les sociétés de personnes : La société de personnes est donc le résultat d'une entente conclue entre deux personnes ou plus, en vue d'exploiter une entreprise et d'en tirer un bénéfice. Dans cette entreprise, chacun apporte une contribution financière (argent ou biens), professionnelle (travail ou compétence), ou les deux, et on distingue deux types :

- **La société en nom collectif (SNC) :** La société en nom collectif est une société de personnes dont les associés ont tous la qualité de commerçant et répondent indéfiniment et solidairement des dettes sociales.
- **La société en commandite simple (SCS) :** est composée de deux catégories d'associés : les commandités répondent indéfiniment et solidairement des dettes de l'entreprise et les commanditaires ne répondent des dettes de l'entreprise qu'à concurrence de leurs apports.

5.3 Les sociétés de capitaux : Concerne les entreprises de grande dimension, et dont les actionnaires ne sont responsables qu'à concurrence du capital qu'ils apportent et on distingue² :

- **La société par action (SPA) :** La société par actions est la société dont le capital est divisé en actions et qui est constitué entre des associés qui ne supportent les pertes qu'à concurrence de leurs apports et est désignée par une dénomination sociale qui doit être précédée ou suivie de la mention de la forme de la société et du montant du capital social. Le nom d'un ou plusieurs associés peut être inclus dans la dénomination sociale.
- **La société anonyme (SA) :** est une société de capitaux par actions, à responsabilité limitée, l'associé est anonyme de fait que la mort d'un associé n'implique pas la mort de la société, le patrimoine de la société et de l'associé ne sont pas confondus.

5.4 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, 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.

¹Ibid., p.156.

²Ibid., p. 217-220.

Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprises

I-2-2 Les formes de l'entrepreneuriat

Dans ce point, nous allons présenter les principales formes de l'entrepreneuriat¹ tel que : la création d'entreprise, la reprise d'entreprise, et l'intrapreneuriat.

I-2-2-1 La création d'entreprise

La création d'entreprise est un phénomène d'une grande hétérogénéité. Cela vient de la variété des types d'entreprises créées et de la diversité des types d'entrepreneurs comme ceux qui créent leur emploi (petit commerce, profession libérale), ceux qui inventent et innovent et ceux qui prennent une idée ailleurs et la développent. Il est possible de distinguer quelques situations typiques et d'en souligner les implications principales de l'entrepreneur.

1. La création ex-nihilo

C'est la création d'une entreprise par un individu ou un groupe. Ce type de création repose sur une idée innovante ou l'entrepreneur sera chargé de convaincre les utilisateurs et les acheteurs par le nouveau produit. Par voie de conséquence, il faudra soigneusement dimensionner les besoins financiers et obtenir les ressources suffisantes. Par ailleurs, les risques doivent être bien évalués par l'entrepreneur.

2. La création par essaimage

L'essaimage est le fait pour l'entreprise d'accompagner et de faciliter la création d'entreprise par ses salariés. Les projets peuvent être variés et concerner la création d'un commerce ou d'une entreprise industrielle, mais l'accompagnement (matériel, commercial et financier) d'une entreprise peut être de nature à réduire le niveau de risque de l'entrepreneur

3. La création en franchise

La franchise est un accord commercial et juridique par lequel une entreprise appelée le franchiseur s'engage à fournir à une seconde entreprise, dite franchisee, un savoir-faire, sa marque en contrepartie d'une rémunération. La création en franchise bénéficie également d'un accompagnement important, mais payant, de la part du franchiseur. Elle peut permettre à celui qui n'a pas d'idées propres ou qui n'a pas une capacité à innover de réaliser son objectif de création d'entreprise.

I-2-2-2 La reprise d'entreprise

La reprise d'entreprise peut être réalisée par un individu pour son propre compte ou par une entreprise existante. Dans ce cas, l'organisation existe, elle n'a pas à être créée. Il est alors possible de s'appuyer sur des données qui la décrivent dans son présent, son histoire, sa structure et son fonctionnement. Dans ce cas l'incertitude est généralement moindre et les niveaux des risques beaucoup plus faibles.

¹FAYOLLE, Alain. « Entrepreneuriat : Apprendre à entreprendre ». Paris : DUNOD, 2004, p 64-65-66.

Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprises

I-2-2-3 L'intrapreneuriat

L'intrapreneuriat consiste à entreprendre dans le cadre d'une organisation existante. Des projets stratégiques et des projets d'innovation peuvent être développés, dans des grandes entreprises, sans qu'il y ait nécessairement une création d'entreprise ou la création d'une nouvelle organisation. Les situations d'intrapreneuriat sont nombreuses et également très variées. Ce qui ressort, comme dénominateur commun, ce qu'il est possible d'entreprendre, pour un individu sans qu'il y ait une prise excessive de risques personnels et sans perte ou modification profonde d'un statut social. Ces situations peuvent permettre un apprentissage, en douceur, du métier d'entrepreneur.

I-2-3 Les étapes de la création d'entreprise

La création d'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.

Il existe plusieurs étapes pour la création d'une entreprise à savoir : l'idée de projet, la recherche de l'information, l'étude de marché, le plan marketing¹.

I-2-3-1 L'idée du projet

Pour passer du stade de l'idée à celui de la définition d'un projet, il conviendrait de faire confronter l'idée à la réalité, à l'environnement, aux caractéristiques du marché, à l'estimation des fonds nécessaires, à l'évaluation de la capacité financière, au calcul de rentabilité.

En fonction de l'évolution dans la précision du contenu de l'idée, le jeune créateur s'achemine progressivement vers la formulation d'un projet, à l'étude de la faisabilité du projet et la recherche des conditions de concrétisation de ce projet, ce processus le conduira inévitablement à l'étape de création d'entreprise.

L'idée doit suivre une démarche structurée pour qu'elle puisse donner naissance à un projet qui doit obéir à une condition indiscutable qui est la cohérence. Pour démontrer cette cohérence, une étude de faisabilité est recommandée pour affiner l'idée et prouver la viabilité et la rentabilité du projet. Cette démarche va également permettre d'évaluer les risques et la capacité de dépasser les obstacles.

La stratégie de concrétisation du projet se construit sur des informations fiables et vérifiables. Elle inclue la démarche à suivre et les étapes à franchir progressivement pour aboutir à la production d'un bien ou à la fourniture d'un service.

I-2-3-2 La recherche de l'information

Le créateur d'entreprise est tenu de passer par une phase de recherche et de recueil de l'information sur le marché et ses mutations, sur la concurrence et ses caractéristiques, sur le produit visé et les produits concurrents qui répondent aux mêmes besoins. L'initiateur du projet doit être, également, au courant de l'évolution des techniques et des technologies. Il doit aussi connaître les résultats des expériences vécues par d'autres managers et

¹FAYOLLE, A. Op., cit. p.117.

Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprises

professionnels en Algérie et ailleurs, connaître les risques de la concurrence provenant des pays peu scrupuleux sur le respect des normes¹.

Ces informations vont permettre au jeune entrepreneur de :

- Choisir les caractéristiques du produit.
- Sélectionner les segments de marché ciblé.
- Arrêter sa politique et sa stratégie commerciale.

I-2-3-3-L'étude de marché

Bien qu'elle soit souvent négligée, l'étude de marché constitue une étape cruciale pour la réussite du projet et l'orientation des décisions qui peuvent décider du sort du projet entrepris². Cette démarche permet de mesurer la faisabilité du projet ainsi que son potentiel, mais il est commun que le créateur échafaude des scénarios bien souvent enjolivés par rapport à la réalité, alors que l'entrepreneur doit tenir compte des situations ambiantes, tant environnementales qu'organisationnelles. Dès lors, on peut s'attendre à ce que les préoccupations ne soient plus les mêmes, et que les décisions prises n'aient plus les mêmes enjeux.

En effet, pour vendre un produit ou un service, il est nécessaire de cerner le marché sur lequel il sera positionné. Le promoteur doit effectuer une recherche documentaire afin de se renseigner sur le marché qu'il veut pénétrer et pouvoir ainsi répondre à des questions autour de son activité. Pour ce faire, le jeune entrepreneur doit procéder à cette étude en trois temps. D'abord, la détermination de la nature et de la tendance du marché, ensuite l'identification de la clientèle ciblée et l'analyse de la concurrence. Le promoteur doit se référer à la presse spécialisée, aux bases de données professionnelles, aux articles et sites web qui traitent du sujet. L'idée est de comprendre les rouages et les clés du marché ciblé. Cela doit renseigner le créateur sur la stratégie commerciale à mettre en œuvre. Concrètement, il s'agira pour le promoteur d'apporter des précisions sur les points suivants :

1. Définir les objectifs

Il est important de connaître la raison d'être du marché. Pour cela, il faut formuler sous forme de questionnements car l'étude de marché doit permettre de répondre à trois questions :

- Quelle est la nature du marché et quelles sont ses tendances ?
- Quelle est la clientèle ciblée ? Quelles sont les catégories de clients potentiels ?
- Quels sont vos concurrents ? Quel est le positionnement par rapport à ces entreprises ?

La nature et tendances du marché concerne les éléments qu'il faudrait cerner dans l'étude du marché. Il s'agit d'abord de définir si le marché est émergent, en forte croissance ou bien en déclin ; ensuite de déterminer sa taille, et sa dimension géographique (marché local, national), son volume en termes de ventes et de chiffre d'affaires. Il faut aussi tenir compte des barrières à l'entrée et évolutions de la technologie au cours des dernières années.

¹LAKHELEF, Brahim. Création et gestion d'entreprise. Alger : Edition Grand-Alger-Livre (Algérie-Livres), 2009, p. 33.

² MARCHESNAY, Michel. MESSEGHEM, Karim. « Cas de stratégie de PME et d'entrepreneuriat ». Paris : Editions EMS, 2011. P 33.

Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprises

La clientèle ciblée concerne l'identification des clients. Ce sont ces personnes qui achèteront les produits ou solliciteront les services. Il est donc important de déterminer leurs besoins, leurs envies, leur sensibilité (au prix, à la qualité, quantité, etc.) dans cette étude de marché. Le mode consommation doit aussi être déterminé, ainsi que les habitudes et comportements d'achat. Ces informations permettront d'orienter la hiérarchisation des efforts en matière de communication et de vente.

Pour ce qui est de la concurrence, il est crucial lorsqu'on lance un projet ou que l'on rédige son business plan de garder à l'idée qu'il existe une multitude d'autres acteurs sur le marché. Notamment les entreprises qui ont la même activité ou qui proposent des produits ou services qui peuvent se substituer aux produits que l'on compte proposer. L'analyse des concurrents permet d'adapter son offre à la réalité économique du marché visé. Pour obtenir une analyse de la concurrence solide dans l'étude de marché, il faut non seulement identifier les concurrents actuels, mais aussi les concurrents potentiels et les nouveaux entrants. Ces derniers sont susceptibles de gagner des parts de marché et contraindre l'entreprise à revoir sa stratégie. Il s'agit plus précisément, de bien connaître leur image de marque, leurs spécificités, ainsi que leurs stratégies. En d'autres termes, déterminer ce qui fait que leurs produits ou services se vendent bien ou pas assez. Par ailleurs, il faut identifier son avantage concurrentiel, c'est-à-dire, tous les atouts de l'entreprise permettant de se distinguer de la concurrence et toucher la clientèle ciblée.

En fin de compte, l'étude de marché permettra de mettre les bases du plan d'affaire et de démontrer aux financeurs que l'on a pu mesurer l'impact de l'environnement concurrentiel sur le court et long terme.

2. Collecte de données

La collecte de données se fait grâce à des outils comme la rédaction d'un questionnaire, l'étude du terrain, ou l'étude en ligne.

La rédaction du questionnaire peut être scindée en deux grands chapitres : l'étude qualitative (permet de comprendre en détail le comportement, les désirs et les freins des clients potentiels) et l'étude quantitative (permet de mesurer les grandes tendances du marché). Pour obtenir les informations qui permettront de les compléter, il faut répartir le questionnaire en trois parties :

- Les informations sur la personne sondée (ex : âge, sexe, domiciliation),
- Les questions propres à la future entreprise (ex : qu'évoque le nom de la société aux personnes interrogées ?),
- Les questions sur le secteur d'activité (ex : à quel fréquence consomme-t-il ce type de produit ?).

En ce qui concerne l'étude du terrain, il existe plusieurs méthodes qu'il est possible de combiner :

- L'observation : le principe est d'observer un phénomène dans le but d'en tirer des conclusions. Cette méthode peut procurer un avantage puisqu'elle est objective.
- Le sondage : c'est le moyen le plus simple et le plus couramment utilisé. Le principe est de choisir un échantillon de personnes à interroger. Cela peut être inclus dans le questionnaire et administré soit en face à face ou par internet.

Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprises

- Les entretiens : ils permettent d'interroger des personnes individuellement ou collectivement. C'est un bon moyen de recueillir des données.

L'étude en ligne quant à elle, représente la solution que choisissent de plus en plus les créateurs d'entreprise aujourd'hui. Elle permet d'obtenir rapidement des données sur le potentiel réel d'une activité. Autre avantage, les études en ligne touchent un plus grand panel et une zone géographique plus importante. Enfin, contrairement à une étude de terrain, les internautes sont questionnés sur les forums de manière anonyme ce qui réduit le biais des études classiques. En effet, contrairement aux questionnaires administrés en face à face, les gens sont plus critiques et donnent plus facilement leur avis. Par conséquent le résultat est plus fiable.

3. Analyser les résultats

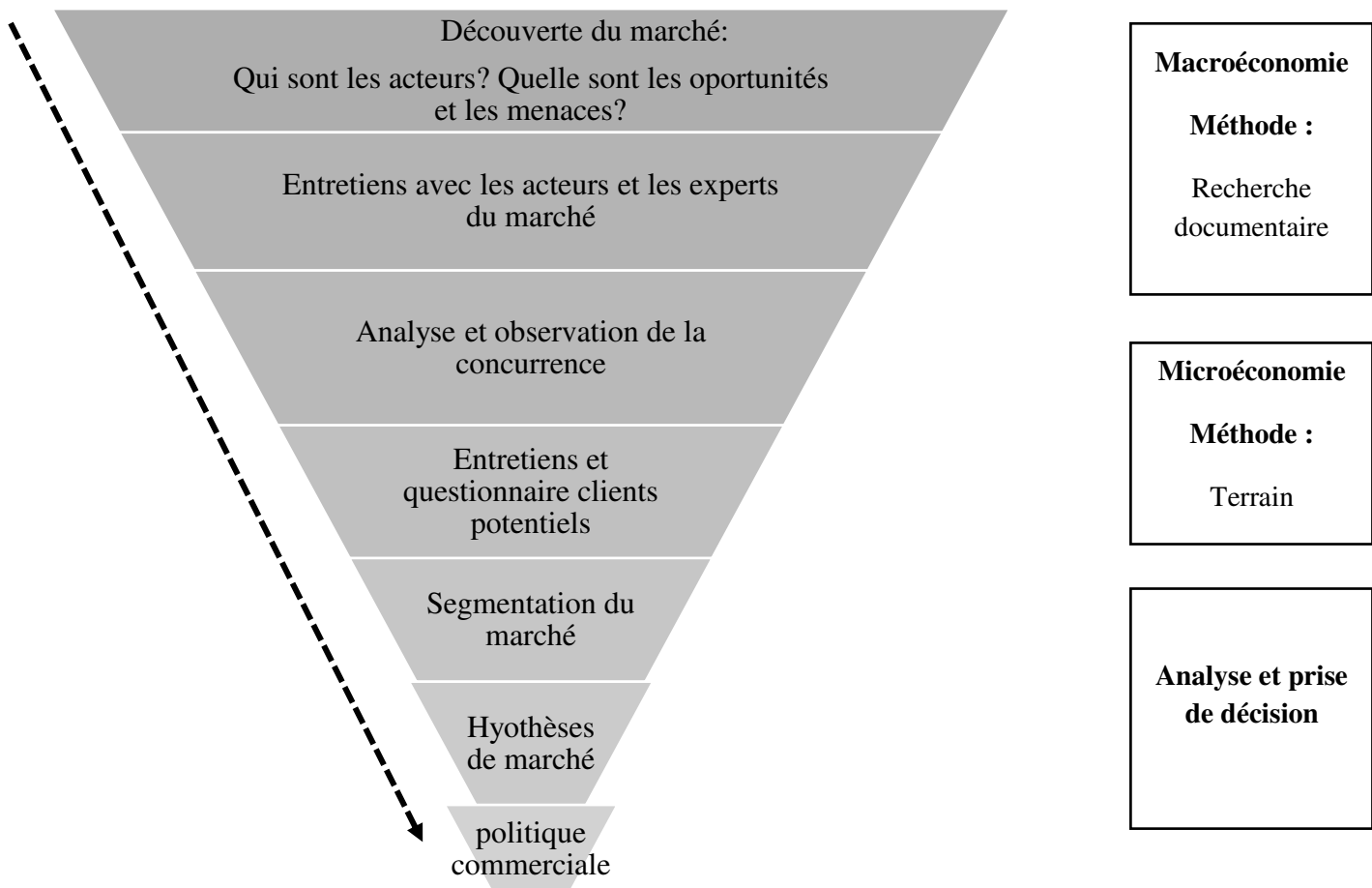
Après avoir dépouillé le questionnaire, il faudrait synthétiser les informations recueillies. Et ce, dans le but de rendre les résultats récoltés plus concrets, et pouvoir recourir à des statistiques, des courbes, ou encore des tableaux. Cette analyse pourra permettre d'estimer le chiffre d'affaires prévisionnel qui est une donnée déterminante pour le projet. Pour obtenir une observation réaliste du chiffre d'affaires, on peut combiner deux méthodes de calculs :

- La première consiste à se référer au chiffre d'affaires réalisé par les entreprises concurrentes si bien sûr on a eu accès à ce genre d'informations.
- La seconde quant à elle, consiste à multiplier le nombre d'acheteurs potentiels dans le territoire géographique visé, par la consommation annuelle du produit ou service envisagé. Ainsi, on obtient la demande totale et aura qu'à multiplier cette demande par le prix unitaire du produit ou service pour obtenir le chiffre d'affaires prévisionnel.

A l'issue de cette étude on rédige un rapport afin de rendre compte des résultats de la recherche et tenir compte des recommandations pour le marché. Il doit être bien exploité pour donner un sens à l'étude effectuée.

Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprises

Figure n°02 : Etapes d'étude de marché



Source : www.grandvilleneuvois.fr/ consulté le 26/06/2019

Une étude de marché nous permet de :

- Connaître qui achète, quel est son pouvoir d'achat. A quel moment achète-il. Où achète-t-il ?
- Connaître le produit demandé : ses caractéristiques, son contenu, son aspect extérieur, son prix.
- Connaître le pourquoi de l'achat : pour répondre à un besoin permanent, temporaire, saisonnier.
- Cerner les opportunités offertes par le marché.
- Cibler un type de marché.
- Connaître les concurrents, leurs forces et leurs faiblesses.
- Evaluer les risques et les obstacles à l'évolution du marché.
- Déterminer les voies et les moyens de la distribution.
- Mettre en place un circuit de recueil d'information pour connaître les concurrents.

Cette démarche va fournir des informations capitales pour évaluer les chances de réussite de projet et d'élaborer le plan marketing.

- que cette option nécessite davantage de temps, ajoutant à cela le consommateur peut refuser de payer un prix plus élevé pour cette offre personnalisée et enfin cette adaptation ne certifie pas la qualité du résultat final.

Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprises

- La standardisation : cette option cherche, en revanche, à contrer l'hétérogénéité, et ce à partir d'une formation intensive du personnel. Malgré ces entraînements perfectionnés, il est impossible d'assurer une totale homogénéité de la prestation.

I-2-3-4 L'étude technique

Une fois l'étude de marché aura montré que le produit tient la route et que le marché existe malgré la concurrence, le concepteur du projet doit procéder à une étude technique. L'étude technique du projet consiste à détailler l'ensemble des moyens en hommes, en locaux, en matériels qui seront nécessaires pour assurer la production correspondante aux objectifs commerciaux. Ceci est particulièrement important, car l'ensemble des moyens dont on dispose engendrent des dépenses qui vont constituer l'enveloppe de l'investissement physique du projet. Pour estimer le coût du projet, il faut considérer un certain nombre l'élément relatif aux moyens de production. En effet, quelque soit la taille de l'entreprise, elle aura besoin de moyens pour produire et vendre, il revient donc de déterminer ces moyens en partant du mode d'élaboration du produit ou du service, et de l'estimation la plus exacte possible des besoins en matériels et outillage en relation avec cette production.

Le promoteur doit consulter divers fournisseurs pour chaque type de machine ou d'équipement, et parfois même faire appel à un fournisseur installé à l'étranger. À la réception des factures, devis et prospectus de chaque machine ou type d'équipement, il faudrait effectuer une comparaison des différentes offres. Le choix doit être influencé par le rapport qualité/prix, fiabilité du matériel, ses performances, ainsi que la possibilité d'emploi et d'entretien.

L'entreprise nécessite également d'être logée, alors il est important de trouver un local à acheter ou à louer et de l'aménager selon ses attentes. Le choix du local doit prendre en compte les éléments suivants :

- La dimension de l'outil de production.
- Il est préférable de reprendre un fonds de commerce déjà existant
- Chiffrer la charge financière de toute l'installation.
- S'assurer auprès des propriétaires qu'il n'existe aucune restriction quant à l'exercice de l'activité dans cet entourage.
- Tenir compte du prix du loyer et de ses éventuelles fluctuations.

L'étude technique concerne aussi la détermination du besoin en ressources humaines. L'entrepreneur doit donc choisir son équipe de sorte que toutes les tâches prévues soient réparties selon le domaine de compétences de chaque élément du groupe. La rémunération du personnel doit également être fixée.

Le gérant doit également étudier son cycle de production pour déterminer les besoins d'exploitation qui engendrera des dépenses répétitives. Il s'agit des matières premières, mains d'œuvre directe, petites fournitures, assurances, énergie, téléphone...etc. L'ensemble de ses éléments permettent d'évaluer le besoin en fonds de roulement.

Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprises

1. Les moyens techniques de production

Les moyens de production se référant aux capacités physiques, non humaines pour produire des biens et services. Ils comprennent les facteurs de production classiques, excepté le capital financier et le capital humain. L'étude technique dans cette optique doit déterminer les besoins en moyens de production en équipement et matériel pour chaque processus et chaque procédé ou opération. Cela concerne aussi bien entendu le besoin en matériel de sécurité, matériel de manutention, de stockage et matériel de transport.

Une liste de ces équipements ainsi que leurs fournisseurs doit être établie avec l'estimation des coûts qui s'y rattachent.

2. Définition du produit ou service à fournir

Il s'agit de dresser une liste des produits et services à produire et à commercialiser ainsi que de faire ressortir les caractéristiques intrinsèques. Ces dernières sont liées à la composition du produit, il s'agit d'élaborer des fiches de produits contenant les caractéristiques liées à la composition du produit. Ces fiches doivent inclure les caractéristiques les plus importantes qui illustrent les avantages recherchés par le client. La fiche du produit doit également tenir compte des caractéristiques extrinsèques (telles que la forme, le design, la couleur...etc.) qui constituent des indices informationnels important sur la qualité du produit.

3. Description du processus de production

Le processus de production doit être présenté d'une manière simple et détaillée au moyen de schéma qui distingue les différentes phases de production. Un processus de production est une combinaison ordonnée des actions nécessaires à la mise en œuvre et sa fabrication.

Pour le produit et le processus de fabrication, un diagramme de circulation permet de représenter le cheminement des matières premières, produits semi-finis, encours, pièces, parmi les postes de travail, les personnes et les machines. Ceci est important et utile pour la détermination des besoins réels en espace, pour la conception des bâtiments et pour ne pas avoir des déséquilibres dans les circuits de production.

On distingue trois principes activité, qui doivent faire l'objet d'une description :

- Les activités d'approvisionnement (en amont) : fournisseur, équipements, matières premières, composants, stockage...etc.
- Les activités de production : phases, activités, tâches...
- Les activités rattachées à la distribution physique (en aval) : emballage, conditionnement, manutention, entreposage, transport, stockage et distribution des produits finis.

I-2-3-5 Le plan marketing

Le plan marketing sert à indiquer les voies et moyens nécessaire et efficaces que l'entreprise compte ou doit mettre en place pour parvenir à satisfaire le client, répondre à ses attentes, le fidéliser s'adapter aux conditions du marché, faire face à la concurrence en termes

Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprises

de qualité, de prix, assurer la distribution et la promotion du produit et définir le budget de la politique choisie¹.

Afin d'arrêter son plan marketing, il doit poser les questions suivantes :

Je veux produire quoi ?; Pourquoi ?; Pour qui ?; Où ?; Comment ?;

QUOI ?

- Quel produit ou service ?
- Quelle forme de produit ?
- Quel type d'emballage ?
- Quel contenu du produit ?
- Quelle qualité ?
- Quel prix ?

POURQUOI ?

- Pour répondre à quel besoin du consommateur ?
- Pour présenter un nouveau marché ?
- Pour améliorer la qualité du produit ?
- Pour compenser un déséquilibre entre l'offre et la demande ?

POUR QUI ?

- A tous les consommateurs ? aux consommateurs à bas revenus ?
- Aux consommateurs hauts gammes ?
- A un groupe homogène spécifique ? Les jeunes, les femmes ?
- Aux citadins ? aux ruraux ?
- A l'exportation ?

Où ?

- S'implanter en ville ?
- S'implanter dans une zone industrielle ?
- S'implanter près des fournisseurs ?
- S'implanter dans des zones bénéficiant d'avantages fiscaux ?

COMMENT ?

- Quelle technique utilisée ? Avec quelle technologie ?
- Comment distribuer le produit ? Directement au client ?
- Par le recours aux grossistes ?
- Quelle politique de vente ? De prix ? De crédit-client ?
- Quel budget attribuer à cette opération ?

¹Ibid., p.23- 24.

Chapitre I : Entrepreneuriat et création d'entreprises

Conclusion

La popularisation du phénomène entrepreneuriale dans le monde entier se justifie par l'engouement qui se voit émerger ces dernières années pour l'entrepreneuriat. Cela peut s'expliquer par les modèles de personnes qui ont réussies à bâtir des empires dans leurs domaines, et qui deviennent la référence pour illustrer un exemple de réussite. Par conséquent, les recherches orientés dans ce domaine trouvent toute leur légitimité aujourd'hui plus qu'avant. Les

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.

Les structures d'accompagnement de projets de création et développement d'entreprises doivent donc mettre en œuvre les moyens nécessaire afin de rendre possible le développement de l'entrepreneuriat.



Chapitre II : L'entrepreneuriat en Algérie

Introduction

Aujourd'hui il est unanimement reconnu le rôle important que joue l'entrepreneuriat dans l'économie. En effet, l'entrepreneuriat est considéré comme un facteur de croissance, d'innovation et de productivité. De ce fait, la promotion de l'entrepreneuriat devient un impératif pour l'économie nationale. Il n'en demeure pas moins que cette idée n'a pas toujours fait l'unanimité auprès de nos dirigeants et que l'initiative privée n'a été envisagée comme solution aux différents problèmes économiques que tardivement.

L'analyse de l'activité entrepreneuriale dans le contexte algérien, nécessite la prise en considération de dimensions diverses en constante interactions. Autrement dit, sur un territoire ou une région donnée, l'activité entrepreneuriale se heurte à des difficultés d'ordre économique, culturelle, sociale et religieuse, qui font que cette activité n'est pas homogène si l'on observe sa répartition dans l'ensemble du territoire national. Certaines régions sont plus dynamiques que d'autres en terme d'activité économique pourtant les facilités accordées sont les mêmes pour tous. Cela montre que l'activité entrepreneuriale en Algérie est complexe puisqu'elle est le résultat de l'interaction dynamique de ses déterminants. Ce qui nous conduit à nous poser des interrogations autour de l'environnement entrepreneurial en Algérie ainsi que ses déterminants.

Ce chapitre va traiter dans un premier temps du climat des affaires en Algérie en essayant de le situer par rapport à l'histoire et au présent et de ressortir les phases clés de son évolution. Ensuite, il revient d'identifier les différentes contraintes auxquelles sont confrontés les entrepreneurs en Algérie et d'essayer de comprendre les origines de ces dernières.

Section1 : Le climat des affaires en Algérie

Le système économique algérien s'est caractérisé par deux grandes phases. La première consiste en l'édification et création de ce système dans une approche d'économie planifiée, elle caractérise notamment la période de 1962 à 1988. La seconde, caractérise l'ouverture du marché de l'économie algérienne, caractérisé par des réformes dans ce secteur.

II-1-1 Historique et évolution de l'entrepreneuriat en Algérie

La fin des années quatre-vingt, l'Algérie a vécu une transformation radicale de son environnement économique induite par le passage de l'économie administrée à l'économie de marché. L'engagement résolu du pays dans la voie de l'économie de marché libère les énergies entrepreneuriales et une certaine dynamique économique est enclenchée, entraînant une floraison de petite et moyenne entreprise du statut privé.

L'histoire de l'évolution de l'entrepreneuriat et du secteur privé en Algérie a vécu deux périodes cruciales¹. En effet, elle possède en matière de création d'entreprises 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 peut 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 périodes assez bien délimités dans le temps :

II-1-1-1L'entrepreneur de l'Algérie indépendante (les décennies 1960-1970)

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'État.

L'État 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 redistributive faisant de lui un État-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 centralement dirigé. L'État a été pendant plus de 30 ans le principal entrepreneur et employeur, il s'impose ainsi comme propriétaire du patrimoine des entreprises et responsable de leur création, mais aussi de leur gestion. Pour assurer son contrôle sur la gestion de ses entreprises, l'état a mis en œuvre des dispositifs multiples. Il assume également les résultats de leur gestion comme on peut l'observer à travers les nombreuses opérations

¹SEKIOU, Anwar. BOUHALLA, Amine. BOUZIDI, Narimane. « Entrepreneuriat en Algérie Réalité et Perspective ».2017, p.290.291.

répétées d'assainissement financier prises en charge par le trésor public durant cette période et destinées à rétablir les équilibres financiers de ces entités en déficit chronique.

L'entrepreneur privé de son côté était vu comme 'un profiteur' et était accusé d'appartenir à une classe de bourgeoisie exploiteuse (charte nationale de 1976). Pour lutter contre toute forme d'exploitation, l'état algérien a limité le champ de l'entrepreneuriat privé. Les entrepreneurs ne doivent investir que dans des activités complétant celles des grandes entreprises d'État. La taille de leur affaire ne doit pas dépasser le seuil d'une entreprise moyenne.

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'État, bureaucratie (bancaire et administrative) pesante et corruption touchant les différentes sphères de l'économie.

II-1-1-2 Les décennies 1980 – 1990 : l'essor de l'entreprise privée

Début des années 80, le processus de désengagement de l'état 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.

Un large débat fut engagé sur le rôle de l'entreprise privée dans le développement économique, un débat qui s'articula autour de la question de la propriété privée des moyens de production. « L'objectif étant le développement et l'indépendance économique, il faut pour cela, mobiliser l'ensemble des ressources nationales...Ainsi située, l'entreprise privée apparaît comme un élément constitutif et indispensable tout au moins à terme, dans le processus de développement »

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.

II-1-1-3 L'entrepreneur de l'Algérie en transition vers l'économie de marché

L'Algérie a connu à partir de 1990 une phase de transition vers l'économie de marché. En effet, les réformes économiques en cours, mais initiées depuis 1988, se sont concrétisées par la promulgation de plusieurs lois, dont la loi 90/10 du 14/04/1990 relative à la monnaie et au crédit¹. Cette loi marque un tournant décisif dans le processus de réformes dans la mesure où elle s'inscrit en rupture avec l'ancien système de financement de l'économie nationale.

C'est ce qui l'a conduit à établir des relations avec les institutions internationales tels que le FMI (fond monétaire international) et la Banque Mondiale pour atténuer la crise de sa dette extérieure d'une part, et à l'application d'un régime de politique monétaire, financière, économique et commerciale d'une autre part qui lui a dicté la privatisation de nombreuses entreprises publiques, et a contribué au développement des petites et moyennes entreprises dans certaines activités de l'économie. Ces activités concernent la transformation des métaux ainsi que les petites industries mécaniques et électroniques.

¹BENMANSOUR, A. LACHACHI, M. Quelle place occupe la loi 90/10 dans la politique monétaire Algérienne Université de Tlemcen.

Les changements d'orientation de la politique économique et l'adoption des plans d'ajustement structurel avaient définitivement scellé le passage de l'économie vers l'organisation marchande.

L'État a mis en place un nouveau cadre législatif et plusieurs réformes liées aux programmes de redressement économique, au système juridique pour le développement de l'investissement et la promotion des petites et moyennes entreprises telles que le nouveau code d'Investissement qui a été promulgué le 05/10/1993 relatif à la promotion de l'investissement. Ce code a eu pour objectifs, la promotion de l'investissement, l'égalité entre les promoteurs nationaux privés et étrangers, remplacement de l'agrément obligatoire par une simple déclaration pour investir auprès des institutions administratives concernées, réduction des délais d'études de dossiers, le renforcement des garanties...

Dans les faits, le bilan de la mise en œuvre du code de 1993 a été mitigé ce qui a porté les autorités à promulguer en 2001 l'ordonnance relative au développement de l'investissement

(Ordonnance N° 01/03 du 20/08/2001) et la loi d'orientation sur la promotion de la PME (Loi N°01/18 du 12/12/2001). L'ordonnance mise en place en même temps que la loi d'orientation de la PME définissent et fixent, entre autres, les mesures de facilitation administratives dans la phase de création de l'entreprise qui pourraient être mises en œuvre. Elles prévoient également la création d'un Fonds de Garantie des prêts accordés par les banques en faveur des PME, la création du Conseil National de l'Investissement (CNI) et la suppression de la distinction entre Investissements publics et investissements privés.

Ces dernières années, le cadre de la création d'entreprise en général et celui de la petite et moyenne entreprise en particulier s'est enrichi d'un certain nombre de législations et institutions ayant pour objectif de soutenir et d'encadrer la petite PME. L'objectif est de présenter les dispositifs publics d'aides à la création d'entreprise en Algérie.

II-1-2 Organismes et institutions spécialisés dans le soutien et la promotion des petites et moyennes entreprises

Afin de faciliter l'accès au financement, l'Etat algérien a mis en place un certain nombre de dispositifs. Ces dispositifs sont soutenus par la création d'agences nationales pour aider au financement des projets entrepreneuriaux, principalement lorsqu'il s'agit de micro-entreprise. Ces agences ont été créées avec l'objectif principal de faciliter l'accès au financement pour les entrepreneurs. Ces derniers peuvent bénéficier d'un crédit pour lequel ces agences se portent garants, ainsi que des prêts non rémunérés et une bonification de taux d'intérêts pour les autres types de crédits bancaires.

1. L'agence Nationale pour la Promotion de l'Investissement (APSI) et l'Agence Nationale du Développement de l'investissement (ANDI)

Créée dans le cadre des réformes de 1ère génération engagées en Algérie durant les années 1990¹, l'Agence en charge de l'investissement a connu des évolutions visant des adaptations aux mutations de la situation économique et sociale du pays. Initialement APSI, Agence de Promotion, de Soutien et de Suivi de l'Investissement de 1993 à 2001, puis ANDI,

¹Guide fiscal du jeune promoteur d'investissements, édition 2018, p10. Format PDF.

Agence Nationale de Développement de l'Investissement¹, cette institution gouvernementale s'est vue confier la mission de facilitation, de promotion et d'accompagnement de l'investissement.

1. Agence Nationale pour la Promotion de l'Investissement (APSI)

L'APSI a été créé dans le cadre de la promulgation de décret législatif N° 93-12 du 5 octobre 1993 relatif à la promotion de l'investissement. C'est une agence publique chargée de l'assistance et de l'encadrement des investisseurs. Il a créé un guichet unique regroupant toutes les administrations et services concernés par les investissements dans l'objectif de réduire les délais et les procédures administratives et juridiques relatives à la mise en place des projets sur le terrain, de manière à ne pas dépasser 60 jours.

L'APSI a pour fonctions principales :

- Le suivi des investissements ;
- L'évaluation des investissements et la présentation des décisions concernant l'octroi ou le refus des avantages ;
- La prise en charge de toutes ou une partie des dépenses relatives à la réalisation des projets ;
- L'octroi des avantages liés à la promotion des investissements.
- Fournir des facilités douanières

Vu les résultats médiocres réalisés par cette agence, elle a été révisée dans le cadre de la promulgation en 2001, de deux textes législatifs, l'ordonnance relative au développement de l'investissement et la loi sur la promotion de la PME donnant naissance à l'Agence Nationale du développement de l'Investissements (ANDI).

1.2 Agence Nationale du Développement de l'Investissement (ANDI)

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'investissement². Il est chargé, de l'accueil, de la réception de son dossier d'enregistrement et de la délivrance de l'attestation s'y rapportant ainsi que de la réception des dossiers en rapport avec les prestations des administrations et organismes représentés au sein des divers centres, de leur acheminement en direction des services concernés et de leur bonne finalisation.

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 privés en Algérie et à l'étranger, pour promouvoir l'environnement général de l'investissement en Algérie, d'améliorer et de consolider de l'Algérie à l'étranger ;

¹Dr. AKNINE SOUIDI, Rosa. Pr. FERFERA, M. Yacine. « Entrepreneuriat et création d'entreprise en Algérie : une culture à partir des dispositifs de soutien et d'aide à la création des entreprises ». Revue des Sciences Economique et de Gestion, 2014 n°14, p 70.

²Décret exécutif n°1-282 du 24 septembre 2001 fixant les attributions, l'organisation et le fonctionnement de l'ANSEEF.

- D'assurer un service de mise en relations d'affaires et de facilitation des contacts des investisseurs non-résidents avec des opérateurs algériens et de promouvoir les projets et opportunités d'affaires ;
- D'organiser des rencontres, colloques, journées d'études, séminaires et autres manifestations et événements 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 coopérations avec des organismes étrangers similaires ;
- D'assurer un service de
- ce service, toutes études et informations se rapportant aux expériences similaires pratiquées dans d'autres pays ;
- communication avec le monde des affaires et presse spécialisée ;
- D'exploiter en liaison avec son objet, toutes études et informations se rapportant aux expériences similaires pratiquées dans d'autres pays ;

1.2.1 Missions de l'ANDI

L'Agence Nationale du Développement de l'Investissement (ANDI) est un établissement public doté d'une personnalité morale et d'une autonomie financière. Elle a remplacé l'APSI, pour accomplir les missions suivantes :

- Réduire la durée d'octroi des licences à 30 jours au lieu de 60 jours ;
- Assurer la promotion, le développement et le suivi des investissements ;
- Accueillir, informer et assister les investisseurs résidents et non-résidents ;
- Fournir les prestations administratives à travers un guichet unique ;
- L'octroi des avantages liés à l'investissement dans le cadre du système existant ;
- Gérer le Fonds d'Appui à l'Investissement ;
- Assurer le respect des engagements pris par les investisseurs au cours de la période d'exemption.
- La qualification des projets, leur évaluation et l'établissement de la convention d'investissement à soumettre à l'approbation du conseil national de l'investissement.

Pour la réalisation de ces buts, l'ANDI est chargée 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 projet.

2. La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)

Depuis sa création en 1994, en tant qu'institution publique de sécurité, sous la tutelle du Ministre du Travail de l'Emploi et de la Sécurité Sociale ayant reçu pour vocation d'atténuer ou « amortir » les effets sociaux consécutifs aux licenciements massifs de travailleurs salariés du secteur économique décidés en application du plan d'ajustement

(PAS)¹. A partir de 1998 et jusqu'en 2004 l'agence a mis en œuvre des mesures actives pour la réinsertion des chômeurs allocataires à travers trois structures : Centre de Recherche de l'Emploi (CRE), Centre d'Aide au Travail Indépendant (CATI) et Formation Reconversion (FR) visant à la sauvegarde de l'emploi. A la fin de juin 2010, les pouvoirs publics suite à une évaluation de son parcours, ont pris de nouvelles dispositions pour mieux répondre aux attentes et aspirations de la population âgée de 30 à 50 ans, d'accéder à ce dispositif plusieurs avantages notamment, le montant global du seuil d'investissement porté à 10 millions de DA au lieu de 5 millions de DA. Ainsi que la possibilité de l'extension des capacités de production de biens et de services pour les promoteurs qui ont déjà leur activité ainsi que les bonifications sur les intérêts du crédit bancaire à 100%.

1. Création de la CNAC

La Caisse National d'Assurance Chômage est une institution publique sous la tutelle du Ministre du Travail de l'Emploi et de Sécurité Sociale², implantées dans les 48 wilayas du pays ainsi qu'elle dispose de 13 agences régionales.

2.1.1 Conditions d'éligibilité

Les critères d'éligibilité au dispositif sont clairement énoncés dans les textes réglementaires³ :

- Le promoteur doit être âgé de 30 à 50ans.
- Le promoteur doit avoir une nationalité Algérienne.
- Les promoteurs doivent être en situation de chômage au moment du dépôt de dossier et ne doit pas être affilié à la CNAS ou CASNOS.
- Le promoteur doit être inscrit à L'ANEM.
- Avoir une qualification professionnelle en relation avec l'activité envisagée justifiée par un diplôme.
- Il doit participer par un apport personnel pour le financement de son projet de 1% à 2%.

2.1.2 Types de financements

On distingue deux types de financements

2.1.2.1 Financement triangulaire

C'est un financement tripartite qui engage le promoteur, la banque, et la CNAC, le type de financement est constitué de deux niveaux :

- Niveau 1 : Montant d'investissement inférieur à 5000 000 DA

Dans ce cas, la CNAC accorde un prêt non rémunéré de 29% du coût global du projet réalisé. Un apport personnel de 1% en plus d'un crédit bancaire qui est de 70% du montant globale de l'investissement.

¹SI LEKHAL, Karim. KORACHI, Youcef. GABOUSSA, Ali. « Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspectives »2003, p.44.

²Guide fiscal du jeune promoteur d'investissements, édition 2018, p.9. Format PDF.

³ Guide du créateur d'entreprise « Décret exécutif n°04-02 du 3 janvier 2004 fixant les conditions et les niveaux des aides accordées aux chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50 ans modifié et complété »p.8.

Tableau n°03 : Investissement inférieur ou égal à 5000 000 ,00 DA

Apport Personnel	Prêt Non rémunéré CNAC	Crédit bancaire
1%	29%	70%

- **Niveau 2 : Montant d'investissement entre 5 000 001 DA et 10 000 000 DA**
Dans ce cas l'apport personnel sera de 2%, le prêt non rémunéré de la CNAC est de 28% avec un crédit bancaire de 70% du coût globale du projet.

Tableau n°04 : Investissement supérieur à 5000 001.00 DA et inférieur à 10 000 000.00 DA

Apport Personnel	Prêt Non rémunéré CNAC	Crédit bancaire
2%	28%	70%

Dans les deux niveaux : les fonds propres sont apportés en numéraire ou en nature dont la valeur doit faire l'objet d'une expertise. La durée du crédit bancaire est de huit (08) années, dont trois (03) années de différé. Le promoteur commencera le remboursement du crédit bancaire à partir de la quatrième (4) année. Le taux d'intérêt appliqué est variable, selon les conditions générales de banque en vigueur bonifié à 100%.

2.1.2.2 Autofinancement

Les créateurs qui veulent s'autofinancer pour la création de leur entreprise, peuvent bénéficier des avantages mis en place par la CNAC. Dans cette catégorie le promoteur pourra bénéficier des mêmes avantages fiscaux dont bénéficient les autres investisseurs financé par le dispositif. A savoir une exonération fiscale selon la région d'implantation du projet ainsi qu'à l'accès à un accompagnement et une formation assurée par les services de la CNAC.

En plus de cet appui, il prévu d'octroyer aux promoteurs éligibles plusieurs avantages financiers et fiscaux tels que :

- La bonification des taux d'intérêts pour les prêts bancaires (100%) ;
- La réduction des droits de douanes ;
- L'exonération fiscale et parafiscale ;
- La bonification d'un prêt non rémunéré (sans intérêt) de la part de la CNAC.
- Exemption du droit de mutation à titre onéreux pour les acquisitions immobilières effectuées dans le cadre de la création d'une activité industrielle.
- Exonération totale de l'impôt forfaitaire unique (IFU) selon l'implantation de projet.

2. Les garanties du crédit bancaires dans le cadre du dispositif CNAC

La garantie du crédit bancaire est assurée par :

- Le nantissement des équipements et/ou le gage du matériel roulant au profit des banques au 1er rang et au profit de la CNAC au 2ème rang ;
- L'assurance multirisque subrogée au profit de la banque, le promoteur adhère au Fonds de Caution Mutuelle de Garantie Risques/Crédits Jeunes Promoteurs après la

notification de l'accord bancaire. Son adhésion est un préalable au financement de son projet

Le montant de la cotisation au Fonds est calculé sur la base du crédit bancaire accordé et de sa durée. Le promoteur procède au versement de la cotisation en une seule fois au compte local du Fonds de Caution Mutuelle de Garantie Risques/Crédits Jeunes Promoteurs. La cotisation est de 0,35% du montant du crédit accordé par la banque.

3. Agence National de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)

C'est un dispositif qui permet aux jeunes chômeurs âgé de 19 à 35, pour le gérant l'âge peut aller jusqu'à 40 ans de créer leur propre emploi¹ et de réaliser leur projet professionnel, selon leurs qualifications, en étroite collaboration avec les banques publiques. Mise en place en 1997, il appui les créations et le financement des micros entreprises mais aussi leur expansion dont le coût total ne dépasse pas dix millions de dinars.

L'ANSEJ a permis de libérer l'esprit entrepreneurial des jeunes Algériens par une offre allant de l'aide au montage, au test de l'idée et au financement du projet. Ce dispositif fera l'objet de notre troisième point où il sera présenté de façon plus détaillée.

4. Agence nationale de gestion de micro crédit (ANGEM)

L'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit, créée par le décret exécutif N°04-14 du 22/01/2004, 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 génératrice de revenus².

1. Définition de l'ANGEM

L'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit – ANGEM est un organisme à caractère spécifique, placé sous tutelle du Ministère de la Solidarité Nationale, de la Famille et de la Condition de la Femme.

Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit, développe un dispositif (le micro crédit) visant le développement des capacités individuelles des personnes à s'auto prendre en charge en créant leur propre activité.

Le Micro Crédit est un prêt permettant l'achat d'un petit équipement et des matières premières de démarrage pour exercer une activité ou un métier³.

4.1.1 conditions d'éligibilité

Les critères d'éligibilité au dispositif sont clairement énoncés dans les textes réglementaires :

- Être âgé de 18 ans et plus ;
- Etre sans revenus ou disposant de petits revenus instables et irréguliers ;
- Avoir une résidence fixe ;
- Disposer d'une qualification matérialisée par un diplôme, ou un titre équivalent reconnu ou bien, posséder un savoir-faire prouvé en relation avec l'activité projetée ;

¹SI LEKHAL, K. KORACHI, Y. GABOUSSA, A. Op., cit. P.44

²Ibid., p.45.

³Guide du créateur d'entreprise. « Décret exécutif n°11 du 22 mars 2011 modifiant et complétant le décret exécutif n° 04-15 du 22 janvier 2004 fixant les conditions et le niveau d'aide accordée au bénéficiaires du micro crédit », p.6.

- Ne pas avoir bénéficié d'une autre aide à la création d'activités ;

4.1.2 types de financement

L'ANGEM gère dans le cadre du micro crédit deux formes de financement allant du petit prêt non rémunéré -PNR- financé par l'ANGEM avec un plafond de **100 000 DA** et qui peut atteindre 250 000 DA au niveau des wilayas du Sud jusqu'au prêt plus important (ne dépassant pas **1.000.000 DA**), destiné pour la création d'activité et faisant appel à un montage financier avec une banque.

Chaque formule de financement, de par ses spécificités, permet de financer certaines activités et intéresse par là même une population particulière et on distingue deux niveaux suivants :

Niveau 01 : le crédit achat de matière première

Le dispositif prévoit un financement à 100% (aucun apport du postulant au micro crédit) du montant d'achat de la matière première à travers un prêt non rémunéré (PNR), pour un coût global ne dépassant pas 100 000 DA.

Niveau 02 : le crédit « acquisition de petits matériels et équipements ». Le coût maximum de l'investissement est fixé à 1 million de dinars.

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

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

2. Objectifs et missions de l'ANGEM

Dans le cadre de lutte contre le chômage le dispositif ANGEM a été mis en place pour atteindre les objectifs et les missions¹ suivants :

4.2.1 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.
- 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'entrepreneuriat 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 la phase d'exploitation.
- Suivre les activités réalisées par les bénéficiaires en veillant au respect 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.

¹LAIB, Yassine. BENEREDJEM, Rédha. « Evaluation des méthodes de promotion de l'entrepreneuriat en Algérie », la Revue des Sciences de Gestion ,2017/5 n° 287-288. P.140.

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

4.2.2 Missions de l'ANGEM

- Soutien, conseil et accompagnement des bénéficiaires dans la mise en œuvre de leurs activités, notamment en ce qui concerne le montage financier de leurs projets.
- Notification aux bénéficiaires dont les projets sont éligibles au dispositif, des différentes aides qui leur sont accordées.
- Suivi des activités réalisées par les bénéficiaires, en veillant au respect des conventions et contrats qui les lient à l'ANGEM et en les assistant auprès des institutions et organismes concernés pour la mise en œuvre de leurs projets, notamment les partenaires financiers du programme.
- Entretien de relations permanentes avec les banques et les établissements financiers, dans le cadre du montage financier des projets, de la mise en œuvre du schéma du financement et du suivi de la réalisation et l'exploitation des créances non remboursées dans les délais.
- Formation des porteurs de projets et des bénéficiaires de micro crédits aux techniques de montage et de gestion d'activités génératrices de revenus.
- Organisation de salons (exposition – vente) régionaux et nationaux des produits du micro crédit
- Formation continue du personnel chargé de la gestion du dispositif.

5. Le fonds de garantie des crédits aux petites et moyennes entreprises (FGAR)

Le Fonds de garantie des crédits aux PME (FGAR), est une institution publique, conçue pour faciliter l'accès des PME aux financements bancaires lors du lancement de projets de création ou d'extension d'activité, en accordant des garanties de crédits aux banques, à l'effet de compléter le montage financier des projets¹.

La garantie FGAR vient en complément des garanties réelles exigées par la banque auprès de ses clients pour la mobilisation des crédits octroyés.

Cette garantie comble l'insuffisance des garanties immobilières et nantissement des équipements et dans certains cas les remplacent.

Il est destiné aux investissements hors dispositifs (ANGEM, ANSEJ, CNAC) de création et d'extension d'activité de PME telle que définie par la loi d'orientation du 12 décembre 2001.

Le montant minimal de la garantie par projet est de 5 millions DA et le montant maximal est de 50 millions DA. Le montant maximal de 50 millions DA désigne la garantie accordée et non le coût du projet. La garantie n'est offerte qu'après analyse du projet par le FGAR. La garantie définitive ne peut être octroyée qu'après la notification de l'accord de financement au promoteur par la Banque.

¹Guide du créateur d'entreprise. « Décret exécutif n°02-373 du 11 Novembre 2002 portant création et fixant les statuts du fonds de garantie à la PME ». p. 10.

II-1-3 Aperçu général sur le dispositif ANSEJ

Avec le passage vers l'économie de marché au début des années 1990, le gouvernement algérien a décidé de créer des organismes d'aide au développement de l'investissement. Il a créé tout d'abord plusieurs types d'organismes, certains pour garantir les crédits d'investissement, d'autres pour financer et promouvoir l'investissement des PME. Le dispositif ANSEJ est l'un des dispositifs adopté par l'Etat pour réduire le fléau du chômage des jeunes, qui a connu une forte évolution dans la société algérienne.

Nous avons consacré ce dernier point à sa présentation, en commençant par sa définition, ses caractéristiques, et ses objectifs. Ensuite, nous passerons en revue les conditions d'éligibilité de l'investissement.

II-1-3-1 Présentation et définition de l'ANSEJ

Le dispositif ANSJ est mis en place par le gouvernement dans le cadre de la lutte contre le chômage. Il a en effet comme principaux objectifs d'accompagner les jeunes promoteur sur les démarches à entreprendre pour créer leur propres entreprises, orienter et aider dans la formation de l'idée de projet d'investissement, assister les promoteur pour l'obtention d'un crédit bancaire et notifier les aides et les avantages accordés par l'État.

1. Présentation de l'ANSEJ

L'agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes par abréviation (ANSEJ) a été créée par le décret exécutif numéro 96-296 du 08 septembre 1996¹, portant création et fixant les statuts de l'agence nationale à l'emploi des jeunes modifié et complété par le décret exécutif numéro 03-288 du 06 septembre 2003.

L'ANSEJ constitue une des solutions proposée au traitement de la question du chômage durant cette phase de transition vers l'économie de marché. Cette dernière a été créée sous forme d'une institution publique, dotée de la personnalité morale et de l'autonomie financière, régie par l'article 16 de l'ordonnance n° 96-14 du 24 juin 1996, placée sous l'autorité du Chef du gouvernement.

Le suivi opérationnel de l'ensemble des activités de l'agence est exercé par le ministre chargé du travail et de l'emploi. Le siège de l'agence est fixé à Alger, il peut être transféré en tout autre lieu du territoire national par décret exécutif pris sur rapport du ministre chargé de l'emploi. En outre, les antennes régionales ou locales peuvent être créées par décision de son conseil d'orientation.

L'ANSEJ dispose d'un réseau de 51 antennes, implantées dans toutes les wilayas du pays ainsi que des annexes situées dans les grandes localités. On trouve une antenne à Tizi-Ouzou ainsi que deux annexes situées à Azazga et Draa-El-Mizane.

¹Recueil des textes législatif et règlementaires « Dispositif de soutien à l'emploi des jeunes ». Selon l'article n°1 du Décret exécutif n° 98-231 du 19 Rabie El AOUEL 1419 correspondant au 13 juillet 1998, décret exécutif n°03-288 du 9 Rajab 1424 C=correspondant au 6 septembre 2003, décret exécutif n°11-102 du Aouel Rabie Ethani 1432 correspondant au 6 mars 2011.Novembre 2011, p.30.

2. Définition de l'ANSEJ

L'agence Nationale de Soutien à l'Emploi des jeunes (ANSEJ), est un organisme public à caractère spécifique, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière, placé sous la tutelle du Ministre chargé de l'emploi.

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

II-1-3-2 Conditions d'éligibilité

Lors de la création de leurs activités, le ou les jeunes promoteurs doivent¹, pour le bénéfice de l'aide du fonds national de soutien à l'emploi des jeunes, remplir les conditions cumulatives suivantes :

- Etre âgé (s) de 19 à 35 ans. Lorsque l'investissement génère au moins trois (03) emplois permanents (y compris les jeunes promoteurs associés dans l'entreprise) l'âge limite du gérant de l'entreprise créée pourra être porté à quarante (40) ans ;
- Les promoteurs doivent être en situation de chômage au moment du dépôt de dossier et ne doit pas être affilié à la CNAS ou CASNOS ;
- Etre inscrit auprès des services de l'Agence Nationale de l'Emploi comme chômeur demandeur d'emploi (ANEM) ;
- Etre titulaire (s) d'une qualification professionnelle en relation avec l'activité envisagée justifiée par un diplôme et/ou posséder un savoir-faire reconnu ;
- Participer par un apport personnel pour le financement de son projet de 1% à 2%.

II-1-3-3 Objectifs et missions de l'ANSEJ

Dans le cadre de la lutte contre le chômage le dispositif ANSEJ a été mis en place pour atteindre les objectifs et les missions² suivantes :

1. Objectifs de l'ANSEJ

- Diminuer le taux de chômage notamment en procédant à la création d'emplois
- Favoriser la création de biens et services par les jeunes promoteurs
- Promouvoir l'investissement
- Créer des avantages d'environnement compétitif induisant une amélioration des rapports qualité/prix.

¹Recueil des textes législatifs et réglementaires. Op. cit, «Selon l'article n° 1 du décret exécutif n°10-157 du 7 Rajab 1431 correspondant au 20 juin 2010, décret exécutif n° 11-103 du Aouel Rabie Ethani 1432 CORRESPONDANT AU 6 MARS 2011.p.10.

²LAIB, Y. BENREDJEM, R. Op., cit. p. 139.

2. Missions de l'ANSEJ

L'agence a pour missions¹, en relation avec les institutions et organismes concernés :

- De soutenir, de conseiller et d'accompagner les jeunes promoteurs dans le cadre de la mise en œuvre de leurs projets d'investissements ;
- De 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, dans la limite des enveloppes mises à sa disposition par le ministre chargé de l'emploi ;
- Notifier aux jeunes promoteurs les différentes aides du fonds national de soutien à l'emploi des jeunes et autres avantages qu'ils ont obtenues ;
- D'assurer le suivi des investisseurs réalisés par les jeunes promoteurs en veillant au respect des clauses des cahiers des charges qui les lient à l'agence en les assistant, en cas de besoin, auprès des institutions et organismes concernés par la réalisation des investissements ;
- D'encourager toute autre forme d'actions et de mesures tendant à promouvoir la création de l'extension d'activités.

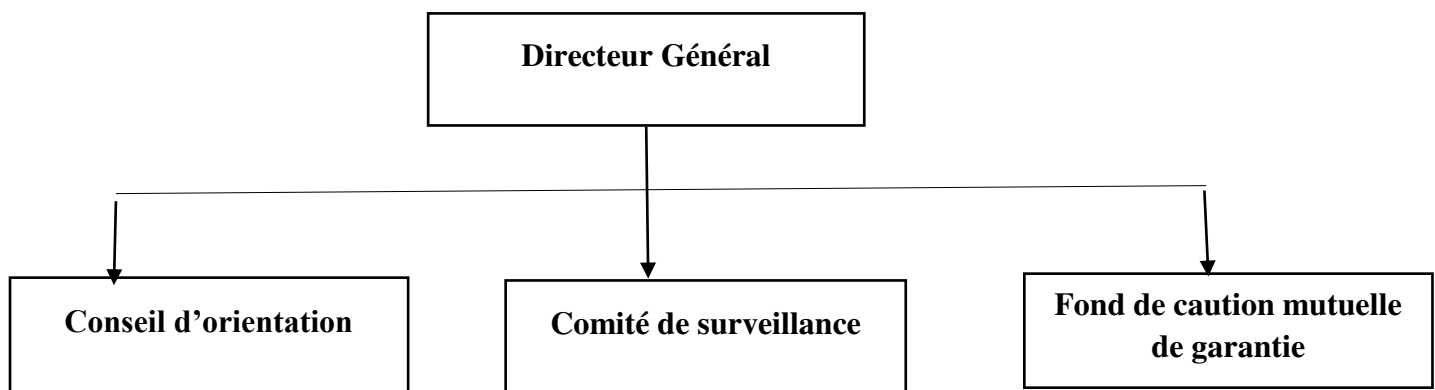
A ce titre, l'agence est chargée, notamment :

- De mettre à la disposition des jeunes promoteurs toutes les informations de nature économique, techniques, législative et réglementaire relatives à l'exercice de leurs activités ;
- De créer une banque de projets économiques et socialement utiles ;
- De conseiller et d'assister les jeunes promoteurs dans le processus de montage financier et de mobilisation de crédits ;
- D'entretenir des relations continues avec les banques et les établissements financiers dans le cadre du montage financier des projets, l'exploitation des projets ;
- De passer des conventions avec tout organisme, entreprise ou institution administrative publique ayant pour objet de faire réaliser, pour le compte de l'agence, des programmes de formation de jeune.
- Pour mener à bien sa mission, l'agence peut :
 - faire réaliser, par des structures spécialisés, et pour le compte des jeunes promoteurs d'investissements, des études de faisabilité ;
 - Organiser sur la base des programmes spécifiques, établis avec les structures de formation, des stages d'initiation, de recyclage et de formation aux techniques de gestion et de management en direction des jeunes promoteurs ;
 - Faire appels 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 les délais impartis, de ressources extérieures destinées au financement de la création d'activités en faveur des jeunes, conformément à la législation et à la réglementation en vigueur.

¹Recueil des textes législatifs et réglementaires. Op., cit. p.30-31. « Selon l'article n°6 du décret exécutif n° 98-231 du 19 Rabie El Aouel 1419 correspondant au 13 juillet 1998, décret exécutif n° 03-288 du 9 Rajab 1424 CORRESPONDANT AU 6 SEPTEMBRE 2003, décret exécutif n°11-102 du Aouel Rabie Ethani 1432 correspondant au 6 mars 2011.

II-1-3-4 Organisation et structure de l'ANSEJ

L'agence National de Soutien à l'Emploi des Jeunes est administrée par un conseil d'orientation, elle est dirigée par un directeur général et elle est dotée d'un comité de surveillance. L'organisation de l'agence est proposée par le directeur général et adoptée par le conseil d'orientation, l'organigramme de l'agence peut se présenter comme suit :

Figure n°03 : Organisation de l'ANSEJ

Source : structuré à travers les données de l'ANSEJ

1. Directeur général

Le directeur général de l'agence est nommé par un décret exécutif sur proposition du ministre chargé de l'emploi, il possède le pouvoir réglementaire et de pouvoir d'exécution qui se résume comme suit :

1.1 Pouvoir réglementaire

Ce pouvoir permet au directeur :

- D'assurer la représentation de l'agence à l'égard des tiers et peut signer tous actes engageant l'agence ;
- De passer tout marché, contrat, convention et accord dans le cadre de la réglementation en vigueur ;
- D'ordonnancer les dépenses de l'agence ;
- De présenter à la fin de chaque exercice un rapport annuel d'activité accompagné des bilans et compte de résultats qu'il adresse au ministre chargé de l'emploi après approbation du conseil d'orientation ;
- D'assurer le fonctionnement des services et d'exercer l'autorité hiérarchique sur l'ensemble du personnel de l'agence, il nomme le personnel dans les conditions prévues par la réglementation en vigueur ;

1.2 Pouvoir d'exécution

Ce pouvoir permet au directeur :

- Assurer la représentation de l'agence à l'égard des tiers et peut signer tout actes engageant l'agence ;
- Vieller à la réalisation des objectifs assignés à l'agence et assurer l'exécution des décisions du conseil d'orientation ;

2. Conseil d'orientation

Le conseil d'orientation¹ est composé des membres suivants :

- Du représentant du ministère chargé de l'emploi ;
- Du représentant du ministère chargé de l'intérieur et collectivités locales ;
- De deux (02) représentants du ministère chargé des finances ;
- Du représentant du ministère chargé des affaires étrangères ;
- Du représentant du ministère chargé de l'agriculture et développement rural ;
- Du représentant du ministère chargé de l'agriculture et de la pêche et des ressources halieutiques ;
- Du représentant du ministère chargé de la jeunesse ;
- Du représentant du ministère chargé de la petite et moyenne entreprise et de la petite et moyenne industrie ;
- Du représentant du ministre chargé de la prospective et de la statistique ;
- Du président de la chambre algérienne du commerce et de l'industrie ou de son représentant ;
- Du directeur général de l'agence nationale de développement de l'investissement(ANDI) ou de son représentant ;
- Du président de l'association des banques et établissements financiers ;
- Du directeur général de l'agence nationale de développement de l'investissement (ANDI) ou de son représentant ;
- Du directeur général de l'agence nationale de valorisation des résultats de la recherche et du développement technologique ou de son représentant ;
- Du président du fonds de caution mutuelle de garantie risques/crédits jeunes promoteurs ou de son représentant ;
- Du président de la chambre nationale de l'agriculture ou de son représentant ;
- Du président de l'association des banques et établissements financiers ou de son représentant ;
- De deux (02) représentants d'associations de jeunes à caractère national dont le but s'apparente à celui de l'agence ;

Le secrétariat du conseil d'orientation est assuré par le directeur général de l'agence. Sa Mission consiste principalement à délibérer conformément aux lois et règlement en vigueur sur :

- Le programme de l'activité de l'agence ;
- Les dépenses de fonctionnement et équipement de l'agence ;

¹Ibid., p. 32.

- L'organisation interne de l'agence et son règlement intérieur ;
- Le plan annuel du financement des activités de l'agence ;
- Les règles générales d'emploi des disponibilités de l'agence ;
- La création d'antennes régionales ou locales de l'agence ;
- L'acceptation des dons de legs ;
- L'acquisition et la location d'immeubles, les aliénations et échanges de droits mobiliers ou immobiliers ;
- Les questions liées aux conditions de recrutement et de formation des personnels de l'agence ;
- Les bilans et comptes de résultats ;
- La désignation du ou des commissaire(s) aux comptes dont il fixe la rémunération ;

Le conseil d'orientation désigne en son sein pour une durée d'une (1) année renouvelable.

3. Comité de surveillance

Le comité de surveillance¹ de l'agence est composé de trois (03) membres désignés par le conseil d'orientation. Le président de ce comité est désigné parmi ces membres pour la durée de son mandat.

Le comité de surveillance est chargé d'exercer pour le compte du conseil d'orientation le contrôle à posteriori de la mise en œuvre de ses décisions.

- Il se réunit, en présence du directeur général, à la fin de chaque trimestre et, en cas de besoin, à la demande du directeur général ou de deux (02) de ses membres.
- Il présente au directeur général toutes observations ou recommandations utiles quant à meilleures modalités de mise en œuvre des programmes et projets engagés par l'agence.
- Il donne son avis sur les rapports périodique de suivi, d'exécution et d'évaluation établis par le directeur général.
- Il présente au conseil d'orientation ses observations et recommandations sur les états prévisionnels des recettes et des dépenses de l'agence de son programme d'activité ainsi que sur le rapport annuel de gestion du directeur général.
- Il procède et conduit à bonne fin à son initiative ou sur décision du conseil d'orientation, tout contrôle ou audit sur l'usage des fonds de l'agence.

II-1-3-5 Ressources et dépenses de l'ANSEJ

Les ressources de l'agence comprennent dans le cadre des dispositions de l'article 16 de la loi de finances complémentaire pour 1996 :

- Les dotations du fonds national de soutien à l'emploi de jeunes ;
- Le produit de placements éventuels des fonds ;
- Les dons et legs ;

¹Ibid., p. 35.

- Les contributions éventuelles d'organismes nationaux et internationaux, après autorisation des autorités concernés ;
- Tous produits divers liés à ses activités.

1. Ressources de l'ANSEJ

Les ressources de l'agence comprennent dans le cadre des dispositions de l'article 16 de la loi de finances complémentaire pour 1996 :

- Les dotations du fonds national de soutien à l'emploi de jeunes ;
- Le produit de placements éventuels des fonds ;
- Les dons et legs ;
- Les contributions éventuelles d'organismes nationaux et internationaux, après autorisation des autorités concernés ;
- Tous produits divers liés à ses activités.

2. Dépenses de l'ANSEJ

Quant aux dépenses de ses fonds sont l'octroi des prêts non rémunérés consentis aux jeunes promoteurs, les garanties à délivrer aux banques et établissements financiers ainsi que les frais de gestion. Et qui comprennent les dépenses d'immobilisations, de fonctionnement et d'entretien et les dépenses nécessaires liées à son objet et à la réalisation de ses missions.

II-1-3-6 Organismes financiers de l'agence

Il existe deux organismes à savoir : Le fonds national de soutien à l'emploi des jeunes (FNSEJ) et le fond de caution mutuelle de garantie risque/ crédit jeunes promoteurs.

1. Fonds national à l'emploi des jeunes (FNSEJ)

En applications des dispositions de l'article 16 de l'ordonnance N°96-14 du 24 juin 1996 portant loi de finances complémentaire pour 1996, stipule ce qui suit : « Il est ouvert dans les écritures du Trésor, un compte d'affectation spécial N°302-087 intitulé Fonds National de Soutien à l'Emploi des Jeunes »¹ qui représente la caisse de l'ANSEJ, ce compte retrace les recettes et les dépenses.

1.1 En recettes

Elles comprennent dans le cadre de l'article 16 de la loi de finance complémentaire pour 1996 :

- Les dotations du budget de l'Etat.
- Les produits des taxes spécifiques instituées par les lois de finances.
- Une partie du solde du compte d'affectation spéciale n° 302-049 intitulé « Fonds national pour la promotion de l'emploi » à sa clôture.
- Le produit des remboursements de prêts non rémunérés consentis aux jeunes promoteurs.
- Toutes autres ressources ou contributions.

¹Recueil des textes législatifs et réglementaires. Op.cit., p. 5. « Selon l'article n°1 du décret exécutif n° 03-74 du 22 Dhou El Hidja 1423 correspondant au 23 février 2003 ».

1.2 En dépense

Les dépenses de l'agence concernent essentiellement :

- L'octroi de prêts non rémunérés consentis aux jeunes promoteurs pour la mise en œuvre de la micro-entreprise.
- La bonification des taux d'intérêt des crédits accordés au jeune promoteur.
- La prime accordée à titre exceptionnel aux projets présentant une particularité technologique appréciable.
- La prise en charge des études, expertises et actions de formation réalisées ou sollicitées par l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ).
- L'octroi de garanties à délivrer aux banques ou aux établissements financiers.
- Les frais de gestion liés à la mise en œuvre des programmes, aides et actions susvisés, notamment ceux liés au fonctionnement de l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ).

2. Fonds de caution mutuelle de garantie risques/ crédits jeunes promoteurs

Ce fonds a été créé par le décret exécutif n° 98-200 du 9 juin 1998 fixant les statuts du fonds de caution mutuelle de garantie risque/ crédits jeunes promoteurs, modifié et complété par le décret n° 03-289 du 06 septembre 2003. La gestion du fonds est assurée par le directeur général de l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes.

Ce fonds de garantie est destiné à couvrir les risques des crédits accordés par les banques aux jeunes promoteurs. En plus, il a pour mission de suivre avec les cadres de l'ANSEJ, le remboursement des échéances bancaires non honorées. Une démarche a été instaurée par le conseil d'administration du fonds consistant en la transmission par les agences bancaires des état de non remboursement, dès la première échéance non honorée, afin que les agents du fonds de garantie accompagnés des agents de l'ANSEJ au niveau local, se déplacent vers les entreprises pour les inciter à régler leurs échéances ou le cas échéant, s'informer sur les difficultés rencontrées par les promoteur en vue de leur apporter le soutien nécessaire.

Le Fonds a été créé pour conforter davantage les banques dans la prise des risques inhérents au financement des entreprises créées dans le cadre des dispositifs ANSEJ.

La garantie du fonds complète celles déjà prévues par le dispositif, à savoir :

- Le nantissement des équipements et/ou le gage du matériel roulant au profit des banques au 1er rang et au profit de l'ANSEJ au 2^{ème} rang ;
- L'assurance multirisque subrogée au profit de la banque ;
- Le montant de la cotisation au Fonds est calculé sur la base du crédit bancaire accordé (0,35%) du montant du crédit accordé.

De même, le fonds couvre à la diligence des banques et établissements financiers concernés, les créances restant dues en principal et les intérêts à la date de déclaration du sinistre et à hauteur de soixante-dix pour cent (70%).

Section 02 : Les contraintes entrepreneuriales en Algérie

L'ouverture à l'entrepreneuriat présente en Algérie une opportunité pour les jeunes entrepreneurs puisque cela leur permet de concrétiser leurs projets de développement. Par ailleurs, l'entrepreneuriat bien qu'il soit accessible aux jeunes pour investir leur capitaux ou bien créer des entreprises via les dispositifs d'aides à l'entrepreneuriat, se heurte à une réalité contraignante. En effet, les entreprises naissantes sont confrontées à des entraves d'ordre économique, culturel, social et religieux qu'il revient d'analyser pour en déterminer les origines et les causes. D'autres contraintes sont générées par la nature géographique de l'espace physique d'implantation de ces entreprises. Cela donne lieu à des difficultés d'accès au foncier qui constitue un grand handicap pour la prospérité des entreprises nouvellement créées.

Bien que les pouvoirs publics ont une influence réduite sur les facteurs géographiques, ils peuvent en revanche agir de façon efficace sur la sécurité des droits de propriété, les choix d'orientation en matière de réglementation et de fiscalité, la fourniture d'équipements d'infrastructure, le fonctionnement des marchés financiers et des marchés du travail, ainsi que sur des caractéristique plus générales de la gouvernance, telles que la corruption.

La faible création d'entreprises ainsi que leur forte mortalité, pourrait être en partie expliqué par ces contraintes qui existent sur le terrain. Nous essayerons dans ce qui suit d'énumérer les principaux obstacles qui freinent l'activité entrepreneuriale en Algérie.

II-2-1 Les contraintes socio-économiques de l'environnement

Ce type de contraintes, dite exogènes sont multiples. Elles résultent de deux origines distinctes. Les premières sont générées par la nature géographique de l'espace physique d'implantation des entreprises. Les secondes, quant à elles, sont le résultat des actions administratives dont on note les mesures prises par les Pouvoirs Publics en vue de la protection de l'environnement, l'opacité de l'information, la bureaucratie¹

II-2-1-1 Les contraintes géographiques

Le territoire algérien est caractérisé par une forte diversité de paysages qui marque une différence de climat et de nature du sol d'une région à l'autre. On peut distinguer en gros trois type de climat : un climat typiquement méditerranéen le long de la cote au nord à caractère semi-aride parfois ; au centre on retrouve les hauts plateaux caractérisé par des hautes plaines avec un climat semi-aride ou présaharien ; au sud on retrouve un vaste désert marqué par une aridité très prononcée. Par conséquent, on peut constater que la répartition de la population est très inégale puisque on retrouve la plus grande densité au nord du pays. Cela ne reste pas sans conséquences pour ce qui concerne l'entrepreneuriat puisque ça rend difficile le processus d'une implantation des activités économiques surtout à caractère industrielle. On retrouve donc une hypertrophie de ces entreprises dans les milieux urbains au péril des autres zones ce

¹BOUZAR, C. « PME, PMI en Algérie : contraintes, soutien Etatique et impact sur l'emploi », Revue emploi et entrepreneuriat dans les pays en transition n°15, p.5.

qui notamment impacte directement les prix du foncier et de l'immobilier. Les contraintes géographiques peuvent être appréhendées à deux niveaux : le relief et l'état du foncier.

1. Le relief

Pour ce qui est du relief, l'espace algérien se caractérise par un ensemble de montagne et quelque plaine au nord tandis que le sud-est complètement désertique. Les autres éléments (climat, réseaux, hydrique...) ¹ sont aléatoires surtout ces dernières années. Ceci rend difficile le processus d'une implantation des activités économiques en général et industrielles en particulier. Le relief plutôt hostile, engendre un déséquilibre spatial en termes d'entreprise et une hypertrophie au niveau des espaces urbains.

2. Le foncier industriel

Le foncier constitue une ressource limitée et un élément déterminant dans toutes les politiques de développement économique. Il est l'un des plus importants problèmes socioéconomiques rencontré en Algérie, et il demeure incontestablement une contrainte majeure pour les investisseurs ². En effet la rareté du foncier met les porteurs des projets devant une double situation désorientant souvent leur décision de localisation : il s'agit de la cherté du foncier industriel et de la nature juridique des terrains, qui, en grande partie, font l'objet de propriété privée qui échappe totalement au contrôle de l'Etat.

On assiste à un phénomène de spéculation foncière très important, qui génère un décalage flagrant entre le prix du foncier public et celui du privé, face à la surenchère du prix du foncier, les investisseurs privés ne trouvent aucun intérêt à se localiser notamment ceux dont les projets sont de petites tailles et avec des ressources financières limitées. En ce qui concerne sa nature juridique, il faut noter que la plupart des terres utilisables relèvent du domaine collectif généralement indivisible suivant le droit musulman, c'est-à-dire, qu'elles appartiennent à l'ensemble de la famille ou à un groupe de personnes, à défaut d'actes de propriétés, toutes actions de vente ou cession deviennent difficiles.

II-2-1-2 Les contraintes d'ordres administratifs et judiciaires

Bien que la PME soit encouragée, elle n'a pas connu de développement spectaculaire en raison des difficultés liées à l'obtention des différentes autorisations administratives de constitution de l'entreprise ³. En effet la complexité et la lenteur des procédures nécessaire pour la préparation des dossiers de demande, soit de crédit, soit d'autorisation d'exercer..., découragent l'initiative privée et limitent, la volonté des entrepreneurs débutants. Ces derniers finissent par se trouver devant une multiplicité des pièces à fournir et dont la préparation ou l'obtention suppose aussi la sollicitation auprès d'une autre administration publique, ce qui les amène dans un cercle vicieux sans issue. Ces difficultés sont accentuées par le manque de transparence ou l'inexistence d'informations entre les différents partenaires qui sont intégrés dans le processus de la création d'entreprise.

¹BARRAH, Kafia. BOUKRIF, Moussa. « La problématique de la création des entreprises : une application sur les PME algériennes », conférence internationale sur l'économie et gestion des réseaux, Université Ibn Zohr et Hôtel de Robinson Agadir, Maroc Novembre 21-23,2013, p.06.

²MOUMOU, Ouerdia. « Les déterminants et les obstacles des PME familiales algériennes », Revue algérienne de perspective et d'études stratégiques, vol 1 n°1, Janvier, Mars, 2016, p.76.

³ BARRAH, K. BOUKRIF, M. Op., cit. p.7.

Les contraintes administratives se traduisent généralement par :

- la nature des règles formelles, et les dossiers exigés par les différentes structures (le registre de commerce par la CNRC , autorisation d'exploitation par les services de la Wilaya, l'attestation d'hygiène, l'attestation d'éligibilité, l'attestation de conformité et autres) et surtout le manque de coordination entre ces structures poussent parfois les promoteurs à détourner leur projet de son objectif initial ou à le localiser dans d'autres territoires ou carrément à abandonner leur initiative.
- Les difficultés sont accentuées par le manque de transparence ou l'inexistence d'informations entre les différents partenaires qui, sont intégrés dans le processus de création d'entreprises : le promoteur, l'ANSEJ, l'ANDI, le Trésor, la banque, la caisse ou le fonds de garantie etc....
- Par ailleurs, la logique de protection de l'environnement et la nécessité d'aménagement du territoire se trouvent controversées par les attentes des entrepreneurs privés. A titre d'exemple, les interventions des Pouvoirs Publics empêchent l'implantation de projets portants atteinte à l'environnement, c'est le cas de localisation d'unités industrielles à proximité de cours d'eau, d'ateliers de fabrication à côté des habitations...

Pour l'organe juridictionnel algérien, composé de jurisprudence civile, pénale, commerciale et administrative est d'une manière générale doté de codes et règles de procédures adaptés. Cependant, la question de leur application sur le terrain demeure lente et compliquée. Il appartient donc à la justice et aux juges de faire valoir leur fonctions afin que l'institution dont ils sont garants assume au mieux son rôle.

II-2-1-3 La contrainte d'information

Le manque d'information¹ constitue, aux yeux des experts un des principaux obstacles que doivent affronter les dirigeants des PME désireux de se porter à la conquête d'un marché extérieur. Or la réalité de l'économie algérienne est caractérisée par un manque flagrant en matière de disponibilité de l'information .Un déficit d'information économique, financière et commerciale est à souligner :

- Manque de donnée et d'études de marché (national, régional, local), manque d'information sur le marché sur lequel il souhaite entreprendre.
- Indisponibilité des données et l'orientation sur les opportunités d'investissement.
- Manque d'information sur la concurrence et les pratiques des opérations économique.

II-2-2 Les contraintes liées aux partenaires socio-économiques

Les PME algériennes sont soumises à des contraintes multiformes d'intensité variable, des obstacles rencontrés par les dirigeants des PME, et qui freinent leur développement tel que les contraintes financières et relatives au marché du travail.

II-2-2-1 Les contraintes financières

La contrainte financière constitue le centre des préoccupations des jeunes entrepreneurs. Bien que toutes les conditions nécessaires à la réussite d'un projet

¹SI LEKHAL, K. KORICHI, Y. GABOUSSA, A. Op., cit. p .43.

(compétences, savoir-faire... etc.) soient réunies, trouver une source de financement suffisante s'avère être une autre paire de manche. Ces derniers rencontrent des obstacles¹ à l'accès au financement notamment à cause des taux d'intérêts élevés, du manque de fonds propres et de garanties suffisantes, des lourdeurs dans l'octroi des crédits et l'absence d'institutions de micro finance. À cet effet, les banquiers algériens sont souvent réticents à l'idée d'accorder leur concours aux PME. Donc, contrairement aux financements des grandes sociétés publiques, financer les entreprises privées, est considéré comme plus risqué, que dans le reste des économies avancées.

Généralement, le banquier ne dispose pas d'assez d'informations sur les capacités managériales de l'entrepreneur, et les opportunités de marché de la future entreprise, il n'est donc pas en mesure d'apprécier le degré de risque du projet envisagé.

C'est ainsi que les jeunes entrepreneurs se retrouvent dès lors exclus du marché du crédit, tenu jusque-là par les banque publiques, loin de toute concurrence sérieuse, seule capable d'augmenter la quantité des prêts alloués, à l'économie nationale et aux PME notamment, dans des conditions meilleurs et avec de moindre coûts, et sont plus pénalisante pour les PME particulièrement, car elles sont plus dépendantes des crédits bancaires.

Elles sont d'une fragilité financière relativement importante par rapport aux grandes firmes et ressentent plus les variations des taux d'intérêts, qui influent directement sur leurs trésoreries et forment ainsi un frein majeur à leur développement.

Ainsi, la difficulté de financer l'activité économique par le biais des circuits bancaires officiels est donc réelle, et les exigences des banques ne sont pas remplies par la plupart des petites entrepreneurs, par conséquent, la majorité de ces nouveaux porteurs de projets d'investissement se tournent vers des financements informels : les entrepreneurs financent souvent leur démarrage avec leurs propres épargnes ou l'épargne familiale (capital amical). Cependant, l'apport de ces modes de financements traditionnels restent souvent limités, s'ils permettent d'amorcer des petites activités, ils ne suffisent pas pour réaliser le montage financier d'une entreprise productive et encore moins de son expansion, nos entreprises sont ainsi prises au piège des pratique informelles et demeurent de petits ateliers artisanaux.

II-2-2-2 Les contraintes relatives aux marchés de travail

En Algérie, le marché de travail est encore instable et sujet à tous les dépassements possibles. Les contraintes qu'il subit sont multiples². On peut citer les plus importantes :

- Le manque accru des experts en management, des gestionnaires, des techniciens qualifiés... ;
- L'existence de fortes contraintes dans la gestion des ressources humaines (la gestion des contrats, des procédures et des coûts de licenciement...) ;
- L'inexistence d'Instituts de formations spécialisées et la faiblesse de la qualité des programmes assurés ;

¹Ibid., p.41.

²FILALI, Sarra. YOUCEFI, Rachid. «Compétitivité et contrainte de développement des PME en Algérie », p.10. Format PDF.

- L'inadaptation des formations dispensées par les universités avec les besoins réels des entreprises et en matière des techniques modernes de management, gestion et de marketing.
- Difficultés de la pratique des langues étrangères chez la plupart des nouveaux diplômés.
- L'embauche se fait souvent de bouche à oreille même si cela se fait au détriment de l'intérêt de l'entreprise ;

II-2-3 Les contraintes incitatives

Le code des investissements actuel qui accorde, il faut le reconnaître, de substantiels avantages à caractères essentiellement fiscal ne semblent pas avoir eu d'impact jusqu'ici. En effet il semblerait que les investisseurs se heurtent moins au désavantage fiscal qu'aux conditions d'accès au financement bancaire et aux tracasseries administratives. Ce type de contraintes dite endogènes sont imposées par l'environnement naturel et administratif, les obstacles d'ordre économique et technique pèsent lourdement sur le démarrage des entreprises.

II-2-3-1 Les contraintes économiques

Les contraintes économiques relèvent d'une connaissance insuffisante du marché et des mécanismes de financement mal maîtrisés¹.

- L'accès au marché, en amont et en aval, constitue l'un des principaux objectifs de l'entrepreneur lors du lancement de son projet. En amont, l'essentiel de ses approvisionnements en matières premières, fournitures ou biens d'équipement proviennent de l'extérieur. En aval, c'est-à-dire, sur le marché d'écoulement des produits, les entreprises font face à une double concurrence : celle des produits domestiques et celle des produits étrangers importés légalement ou par le circuit informel.
- Les contraintes de financement, en ce qui les concerne, revêtent beaucoup d'aspects : les besoins financiers, l'efficacité des sources de financement, la nature du financement.

II-2-3-2 Les contraintes technologiques

La création d'entreprises nécessite une technologie et des équipements qui s'acquièrent, presque en totalité, auprès de pays étrangers notamment européens (France, Espagne, Italie, Allemagne...). En plus des marchandises, les entrepreneurs se doivent d'importer l'ingénierie, les licences et les brevets nécessaires à leur cycle d'exploitation.

Effectivement, la maîtrise de la technologie incorporant des systèmes informatiques et électroniques nécessite des compétences adéquates. Or, les porteurs de projets sont très souvent limités non seulement en matière commerciale et managériale mais surtout dans le domaine technologique. Certes, quelques tentatives innovantes existent mais elles restent minimes.

¹BOUZAR, C. Op., cit. p.8.

Conclusion

Malgré les efforts de l'Etat dans le développement des PME, notamment en termes de mise en place de dispositifs d'aide à la création de l'entreprise et de l'emploi, et d'infrastructures, les entrepreneurs sont toujours confrontés à de nombreuses entraves lors de leur création d'entreprise.

Le climat des affaires n'est toujours pas favorable pour le développement du secteur des PME. En outre, la lourdeur fiscale est un autre facteur qui empêche l'épanouissement de l'entrepreneuriat algérien.

Le gouvernement algérien devrait donc concentrer ses efforts dans l'amélioration du climat des affaires qui est une condition primordiale pour l'épanouissement du secteur des PME sur lequel repose l'avenir de l'économie nationale. En effet, l'amélioration de qualité institutionnelle est une condition, au développement de l'initiative.

Le paradoxe dans la politique concurrentielle telle qu'elle est conçue aujourd'hui dans le pays, doit aussi devenir une question primordiale pour le gouvernement en place. Assurer un environnement concurrentiel favorable et équitable pour les deux catégories d'entreprises publiques ou privés est devenu impératif.



**Chapitre III : Montage financier
d'un projet financé par l'ANSEJ**

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

Introduction

Comme il a été précisé dans le chapitre précédent, l'ANSEJ est une institution publique qui a pour mission principale l'accompagnement des jeunes chômeurs porteurs d'idée de projets, susceptible de dynamiser l'activité économique notamment par la production de biens et services en vue de répondre à une demande déjà présente sur le marché. L'objet de notre démarche est d'analyser le processus de création d'une entreprise dans le cadre de ce dispositif, à la lumière des enseignements théoriques qu'on a pu aborder précédemment autour de la discipline qu'est l'entrepreneuriat.

Ce chapitre présentera de manière détaillée les étapes du montage d'un projet ainsi que la conception de celui-ci en amont. On entend par là, la phase de la construction de l'idée du projet et du montage du plan d'affaire qui inclut l'étude du marché ainsi que l'étude financière et technique. Il s'agit donc d'essayer de confronter les connaissances de l'entrepreneuriat dans la théorie économique avec ce qu'on a pu voir lors de notre investigation sur le terrain. Pour ce faire, on a choisi d'étudier le cas du montage d'un projet d'une entreprise opérante dans le secteur du tourisme et dont rôle principale et de faire l'intermédiaire entre ses clients et les institutions qui proposent des produits touristiques tant sur le territoire national qu'à l'étranger.

La première partie du travail est donc consacrée à l'analyse de la démarche de création d'entreprises suivie par l'ANSEJ ainsi que le cheminement de celle-ci. La seconde partie étudie un cas de montage d'un projet conçu par un entrepreneur sous l'égide de ce dispositif.

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

Section1 : Les procédures de création d'entreprises

La création d'entreprises dans le cadre du dispositif ANSEJ comporte plusieurs étapes. En effet, de la naissance de l'idée du projet jusqu'à l'engagement du processus de création, il existe une phase de conception du projet de la part du promoteur avant même de s'adresser au dispositif ANSEJ qui constitue à la fois pour la plupart des jeunes promoteurs une opportunité et une alternative au salariat. Une opportunité dans la mesure où ce dispositif offre la possibilité de financer un projet qui n'aurait peut-être pas eu lieu par manque de financement, et une alternative au salariat puisque créer sa propre entreprise permet de se créer son propre emploi et obtenir ainsi une certaine indépendance convoitée par beaucoup d'individus.

L'aventure commence dès le moment où l'idée de création d'entreprise trotte dans l'esprit du futur entrepreneur. Cette idée peut naître dans l'esprit d'un individu influencé par son environnement ou son expérience dans une activité donnée ou simplement par un projet qui le passionne et auquel il manifeste un intérêt particulier et dont il dispose des compétences ou du savoir-faire nécessaire pour l'exercer. Dans ce cas, concevoir le projet et lui donner vie ne sera pas bien compliqué pour le créateur qui saura se montrer créatif afin de mettre au point des nouvelles manières de faire ou de procéder, ou de proposer une amélioration aux produits et services à fournir.

Il est primordial que le promoteur avant de se lancer mesure ses capacités d'entreprendre à travers un bilan de personnalité. Il revient donc de faire ressortir ses points forts et points faibles et puis de vérifier son envie réelle d'entreprendre ainsi que ses compétences et prédispositions. Il s'agit donc en d'autres termes de prendre conscience des contraintes qu'il est susceptible de rencontrer ainsi que les appuis dont il dispose pour en faire face.

III-1-1 Montage financier et les avantages fiscaux d'un projet

Lors de sa création, puis au cours de son développement, l'entreprise au moment opportun, doit détenir les ressources financières nécessaires pour faire face à ses échéances, et utiliser au mieux les moyens dont elle dispose. Pour exercer son activité, l'entreprise doit d'abord engager des dépenses avant de percevoir des recettes : réalisation des investissements matériels (terrains, installations, constructions) ; achats des matières et fournitures, prévoir la rémunération de la main d'œuvre). Ce n'est qu'ultérieurement, à l'issue de la production et de la commercialisation, que des recettes seront encaissées après la réalisation des ventes. Les investissements de création et/ou d'extension d'activité qui sont réalisés par les promoteurs d'investissement exerçant des activités éligibles à l'aide de l'ANSEJ bénéficient des avantages financiers et fiscaux.

Ainsi dans une première partie nous aborderons les différents financements accordés par le dispositif ANSEJ pour une entreprise puis, dans un deuxième temps, nous évoquerons les avantages financiers et fiscaux.

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

III-1-1-1 Types de financement

Tout au long de leur existence, d'abord lors de leur création, puis pour assurer leur fonctionnement et leur développement, les entreprises ont besoin de fonds. L'entreprise doit se doter d'un outil de production et financer son cycle d'exploitation. Le financement des entreprises désigne l'ensemble des ressources qu'elles doivent se procurer pour faire face à leurs besoins et la manière de combiner les différents moyens de financement est un élément de la stratégie qui a des conséquences directes sur la situation économique de l'entreprise.

Deux formules de financement sont prévues dans le cadre du dispositif ANSEJ dont le coût d'investissement ne dépassent pas Dix Millions de Dinars (10.000.000 DA) pour chacune des phases création ou extension.

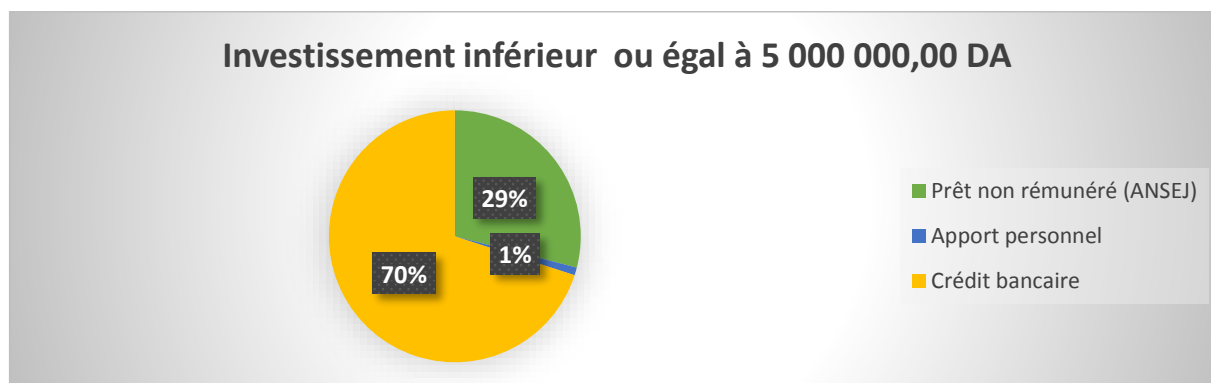
1. Financement triangulaire

C'est un financement tripartite qui engage le promoteur, la banque, et l'ANSEJ, ce type de financement est constitué de deux niveaux.¹

Niveau 1 : Montant d'investissement inférieur à 5000 000 DA

Dans ce cas, l'ANSEJ accorde un prêt non rémunéré de 29% du coût global du projet réalisé. Un apport personnel de 1% en plus d'un crédit bancaire qui est de 70% du montant globale de l'investissement.

Figure n°04 : Répartition du montant d'investissement niveau 1



Source : établie par nous-mêmes, à partir de données collectées au niveau de l'ANSEJ.

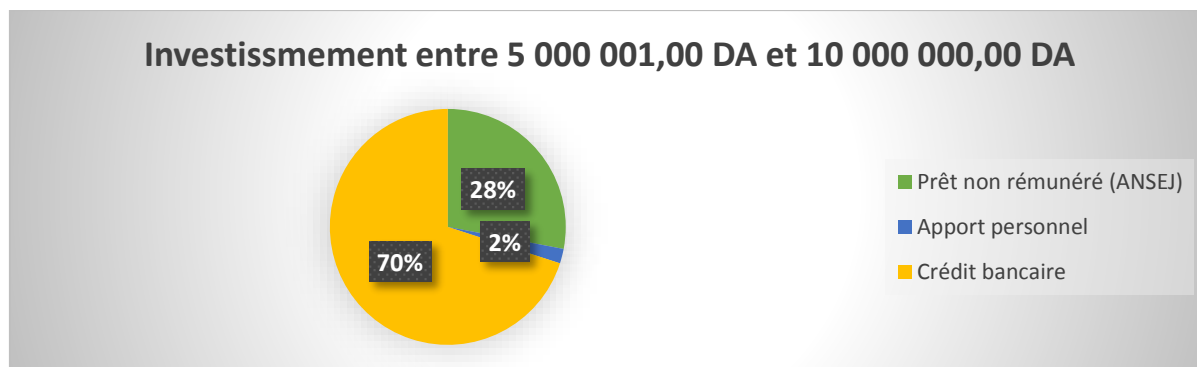
Niveau 02 : Montant d'investissement entre 5 000 001 DA et 10 000 000 DA

Dans ce cas l'apport personnel sera de 2%, le prêt non rémunéré de l'ANSEJ est de 28% avec un crédit bancaire de 70% du coût globale du projet.

¹Recueil des textes législatifs et réglementaires. « Selon l'article n°03 du décret exécutif n°03-290 du 9 Rajab 1424 correspondant au 6 septembre 2003 fixant les conditions et le niveau d'aide apportée aux jeunes promoteurs modifié et complété ». Op.cit., p.10.

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

Figure n°05 : Répartition du montant d'investissement Niveau 2



Source : établie par nous-mêmes, à partir des données collectées au niveau de l'ANSEJ.

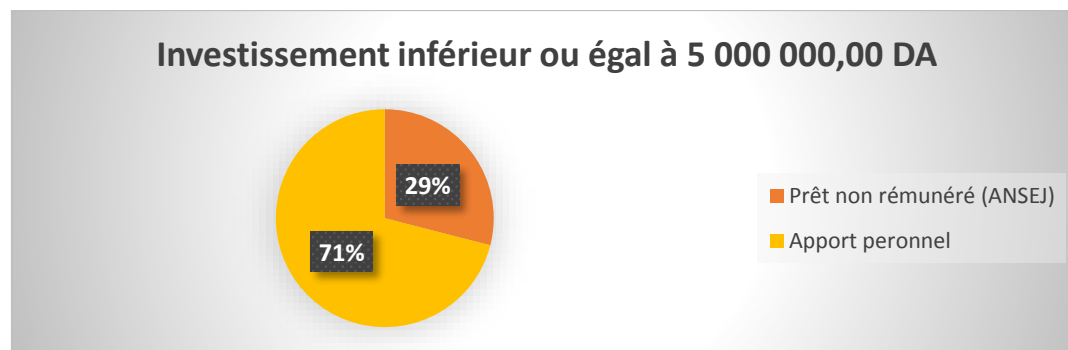
2. Financement mixte

C'est un financement bipartite¹ qui fait intervenir deux acteurs qui engagent le promoteur et l'ANSEJ. Il est constitué de deux niveaux :

Niveau 1 : Montant inférieur ou égal à 5000 000 DA

Dans ce cas l'apport personnel du jeune promoteur est de 71%, il est complété par un prêt non rémunéré accordé par l'ANSEJ qui est de 29% du coût global de l'investissement.

Figure n°06 : Répartition du montant d'investissement niveau 1



Source : établie par nous-mêmes, à partir de données collectées au niveau de l'ANSEJ.

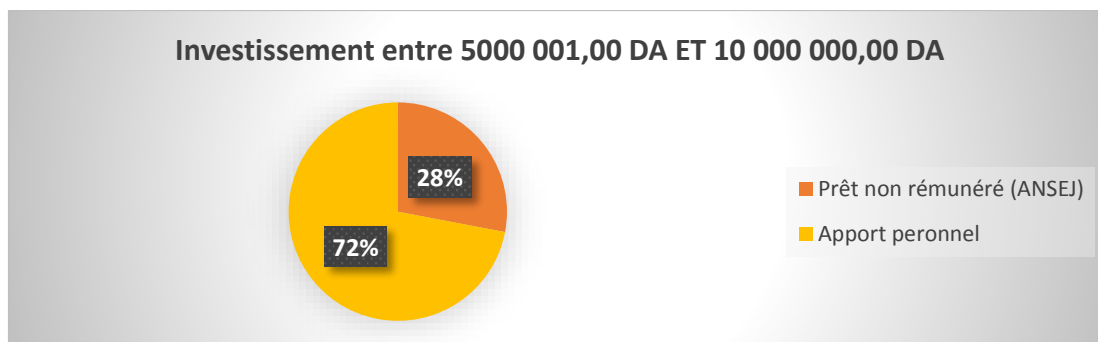
Niveau n°02 : Montant de l'investissement entre 5000 001 DA et 10 000 000 DA.

Dans ce cas le prêt non rémunéré de l'ANSEJ est estimé à 28%, l'apport personnel du promoteur est estimé à 72% du coût global de l'investissement.

¹Ibid., p. 10.

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

Figure n°07 : Répartition du montant d'investissement niveau 2



Source : établie par nous-mêmes, à partir des données collectées au niveau de l'ANSEJ.

3. Autofinancement

Les créateurs qui veulent s'autofinancer pour la création de leur entreprise, peuvent bénéficier des avantages mis en place par l'ANSEJ. Dans cette catégorie le promoteur pourra bénéficier des mêmes avantages fiscaux dont bénéficient les autres investisseurs financés par le dispositif. A savoir une exonération fiscale selon la région d'implantation du projet, et cela sur une période de trois (3) ans à compter de la date de sa mise en exploitation et lorsque ces activités sont implantées dans une zone à promouvoir la période de l'exonération est portée à six(6) ans à compter de sa mise en exploitation. Par ailleurs le paiement de la fiscalité s'effectue d'une manière progressive dès la fin de cette période d'exonération. Le promoteur aura accès à un accompagnement et une formation assurée par les services de l'ANSEJ.

III-1-1-2 Les aides financières et les avantages fiscaux

Il existe plusieurs facilités accordées aux jeunes promoteurs durant ces deux phases de création. Il s'agit d'un ensemble d'avantages financier et fiscaux accordées aux entreprises créées et qui ont opté pour le financement triangulaire en vue de permettre de surpasser les contraintes liées à la période de démarrage susceptible de mettre en péril sa survie et ainsi se construire sur des bases solides.

III-1-1-2-1 Aides financières en phase de réalisation

En sus de prêt non rémunéré (PNR-classique), d'autres prêts non rémunérés, son accordés si nécessaire aux jeunes promoteurs¹, sous formes d'aide financières à savoir :

- **Un prêt non rémunéré de 500.000DA**, pour les diplômés de la formation professionnelle, pour l'acquisition de véhicule-ateliers en vue de l'exercice des activités de : plomberie, électricité-bâtiment, chauffage, climatisation, vitrerie, peinture-bâtiment et mécanique automobile.
- **Un prêt non rémunéré de 500.000DA**, pour la prise en charge du loyer du local destiné à la création d'activités sédentaire de production de bien et des services.
- **Un prêt non rémunéré pouvant aller jusqu'à 1000.000 DA** au profit des diplômés de l'enseignement supérieur, pour la prise en charge du loyer du local destiné à la

¹Ibid., p.11-12.

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

création de cabinets groupés médicaux, d'auxiliaires de justices, d'expertise comptable, de commissariat aux comptes, de comptables agréés, de bureaux d'études et de suivi relevant des secteurs du bâtiment, des travaux publics et de l'hydraulique.

- **La bonification de taux d'intérêt du crédit bancaire est de 100%**, L'ANSEJ prend en charge les intérêts du crédit bancaire accordé par la banque à la micro-entreprise, à travers le Fonds National à l'Emploi des Jeunes pour tous les secteurs d'activités avec un taux d'intérêt de (0%).

Ces trois prêts non rémunérés ne sont pas cumulatifs, ils sont accordés exclusivement pour les promoteurs sollicitant un financement triangulaire faisant intervenir la banque, et le promoteur, et ça concerne uniquement la phase de création d'activité.

III-1-1-2-2 Avantages fiscaux

Les investissements de création et/ou d'extension d'activité qui sont réalisés par les promoteurs d'investissement exerçant des activités éligibles à l'aide du Fond National du Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ), bénéficient des avantages fiscaux¹ :

1. Phase de réalisation

Les promoteurs éligibles aux dispositifs d'aide à l'emploi (ANSEJ) durant la réalisation de l'investissement bénéficient des avantages fiscaux suivants :

- Franchise de la TVA pour l'acquisition de biens d'équipements et de services entrant directement dans la réalisation de l'investissement de création ou d'extension.
- Application du taux réduit de 5% en matière de droit de douanes pour les biens d'équipements importés entrant directement dans la réalisation de l'investissement
- Exemption du droit de mutation à titre onéreux sur les acquisitions immobilières effectuées dans la création de l'activité ;
- Exonération des droits d'enregistrement sur les actes constitutifs des micro-entreprises.

2. Phase d'exploitation

Des avantages fiscaux sont accordés à la micro-entreprise à partir du démarrage de l'activité pour une période de trois(3) ans à compter du début de l'activité, si ces activités sont exécutées dans une zone à promouvoir la période d'exonération est portée de six(6) ans à compter de la mise en exploitation, et dix(10) ans pour le sud, cette période d'exonération est prorogée de deux (02) années, lorsque le promoteur s'engage à recruter au moins trois (03) employés pour une durée indéterminée. Ces avantages sont :

- Exonération totale de l'impôt sur les bénéfices de la société (IBS), l'impôt sur le revenu (IRG) et de la taxe sur l'activité professionnelle (TAP).
- Exonération de la taxe foncière sur les constructions et addition de constructions.
- Exonération de la caution de bonne exécution pour les artisans et micro-entreprises lorsqu'ils interviennent dans la restauration des biens culturels.
- Exonération totale de l'impôt forfaitaire (IFU), à compter de la date de sa mise en exploitation.

¹Guide fiscal du jeune promoteur d'investissements. Op.cit., p.12.

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

- A la fin de la période d'exonération de l'impôt forfaitaire unique (IFU), la micro entreprise bénéficie d'un abattement fiscal (70% durant la première année d'imposition, 50% durant la deuxième année d'imposition et 25% durant la troisième année d'imposition).

L'existence des avantages fiscaux est justifiée par le besoins d'une entreprise naissante d'être épargnée par des charges pouvant la mettre en difficulté dans une phase où elle se trouve particulièrement vulnérable. En effet, le chiffre d'affaire réalisé durant cette étape ne permettrait pas de couvrir la plus part des charges intermédiaire nécessaire à la production. L'arrivée à maturité des entreprises est estimée entre 3 et 6 ans selon les caractéristiques de la zone d'activité durant laquelle l'entreprise réalise une croissance et arrive aisément à rentrer dans ses faits et dégager du profit.

III-1-1-3 Remboursement

Pour le financement triangulaire, le délai de remboursement allant jusqu'à 13 années, la durée du crédit bancaire est de huit (08) années, dont trois années de différé. Quant à l'ANSEJ, le remboursement du crédit commencera après avoir terminé le remboursement de crédit bancaire, et le remboursement s'effectue sur cinq(05).

Pour le financement mixte, la durée de crédit accordé par le dispositif ANSEJ est de cinq(5) années, dont une année de différé par conséquent le remboursement du crédit commencera à partir de la deuxième année.

III-1-1-4 Investissement d'extension

Il 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. Le bénéfice des aides et avantages en phase extension, est soumis aux conditions suivantes :

- Avoir dépassé la période des avantages fiscaux liés à la phase création ;
- Avoir remboursé 70% du crédit bancaire et 50 % du prêt non rémunéré (PNR) dans le cadre du financement triangulaire. Cette condition doit être vérifiée même pour les promoteurs dont l'échéancier n'a pas atteint ce niveau de remboursement (paiement par anticipation).
- Avoir remboursé 100% du prêt non rémunéré (PNR), dans le cadre du financement mixte ;
- Avoir remboursé la totalité du crédit bancaire initial en cas de changement de banque ou de type de financement du triangulaire vers le mixte ;
- Présentation de trois derniers bilans et qui doivent dégagés un résultat positif ;
- Disposer de la totalité des équipements essentiels à l'activité initialement acquis.

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

III-1-2 Etapes de création d'une entreprise

Il s'agit là d'énumérer les différentes étapes indispensables à la création d'une entreprise. En ce qui concerne l'ANSEJ, ces étapes sont assez simple rapide et peu couteuses. L'entrepreneur s'engage à accomplir des formalités administratives et des démarches relatives à des choix stratégiques. Cela peut concerner le statut juridique et le type d'imposition le mieux adapté au projet.

Un autre volet très important est celui de l'établissement d'un plan d'affaire. Ce dernier représente l'outil pour pouvoir convaincre les différents partenaires de la crédibilité du projet et de sa cohérence ainsi que l'utilisation rationnel du financement fourni. Cet outil de gestion très connu est un document écrit qui décrit essentiellement qui est l'entrepreneur, le projet qu'il souhaite réaliser, et comment compte-t-il gérer les risques et rentabiliser l'activité pour pouvoir rembourser à échéance. La validation du projet par le comité de sélection, de validation et de financement des projets dépend de la présentation du promoteur lors de la rencontre avec les membres constitutif du comité. Ces derniers vont prononcer leur décision concernant le projet. Cette décision peut être la validation, l'ajournement ou le rejet du projet.

III-1-2-1 La naissance de l'idée de projet

L'entrepreneur s'inspire la plus part du temps des activités déjà existantes que le créateur estime pouvoir exercer avec succès, voir même apporter des idées innovantes. L'observation du terrain, des attitudes et comportements des gens dans leur vie quotidienne ainsi que leurs tendances en matière de consommation peut amener l'entrepreneur à penser à des nouveautés susceptibles de plaire et d'être appréciées. Il reste ensuite à se lancer dans la recherche d'informations qui constitue le point de départ de toute démarche de création d'entreprise qui permet au créateur d'évaluer la faisabilité de l'idée. L'information à rechercher peut être de différentes natures :

- Information économiques : toutes informations tendant à définir précisément le produits, informations sur la concurrence, la demande, les besoins, la fréquence d'achats, les périodes de forte ou faibles activité...etc. Cela permet d'estimer les ventes prévisionnelles et donne des informations sur les prix à pratiquer ainsi que la manière de faire parvenir le produit aux clients et communiquer avec eux.
- Information juridiques : aspects réglementaires de l'activité, la forme juridique la plus adéquate à l'entreprise, les démarches et les formalités administratives...etc.
- Informations sur les besoins du projet en ressources humaines ainsi que les compétences à exiger a ses employés.

III-1-2-2 Soumission du dossier par le promoteur

Dans cette étape le promoteur s'adresse au dispositif ANSEJ pour leur manifester son désir de créer une entreprise. Le promoteur devrait obligatoirement soumettre son dossier dans la plateforme d'inscription virtuelle dédiée à cet effet. Il s'agit d'un espace consacré aux jeunes porteurs de projets pour créer un compte et renseigner ses coordonnées et celles des

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

associés, la nature de l'aide financière sollicitée (triangulaire, ou mixte) ainsi qu'un récapitulatif des équipements et services qu'il désire demander avec une estimation de leur coût en TTC. Le promoteur devra également estimer le coût des aménagements s'il y a lieu.

La plateforme permet aussi au promoteur d'être en contact permanent avec le service pour pouvoir soumettre ses problèmes, questions et préoccupations ainsi que le suivi de l'état d'avancement du projet.

Après réception du dossier par le service concerné, il procède au traitement de ce dossier afin de déterminer l'exigibilité ou non du concerné ainsi que l'exactitude des renseignements fournis par le promoteur. Une fois cette formalité achevée, l'ANSEJ devra assister le promoteur au cours de la phase de la conception du projet durant laquelle il devra établir son plan d'affaire.

III-1-2-3 Etude de projet

Au cœur de toute création d'entreprise, il y a une idée d'affaires qui peut être exploitée de manière efficace dans la perspective d'une création de richesse ou de valeur. L'étude du projet concerne l'établissement d'un plan d'affaires ou Business Plan. Celui-ci désigne un document décrivant une opportunité et la façon dont une équipe va structurer un projet en vue d'exploiter celle-ci et démontrer la pertinence socioéconomique de la démarche dans une période déterminée, généralement de trois à cinq ans et qui a pour objectif de :

- Démontrer la qualité et potentiel de l'opportunité ;
- Identifier les principaux risques ;
- Présenter la stratégie de l'entreprise ;
- Fixer des objectifs clairs et mesurables, tant sur le plan opérationnel que financier ;
- Convaincre les partenaires qui doivent apporter des ressources qui manquent au démarrage de l'entreprise ;

III-1-2-3-1 Présentation du projet

Le jeune gérant est tenu de se rendre auprès de l'agence concernée pour présenter des renseignements complémentaire concernant le projet ainsi que les promoteurs (associés).

Tableau n°05 : présentation du projet

Date d'établissement du plan d'affaires :	Date de dépôt du dossier :		
Antenne de :	Annexe de :		
N° Dossier :	Nomenclature :	CNRC :	Code :
Forme juridique :	Nom/Raison sociale :		
Secteur d'activité :			
Secteur prioritaire :	Zone prioritaire :		
Type de financement :			

Source : documents collectés au niveau de l'ANSEJ.

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

III-1-2-3-2 Etude financière

L'étude financière de la micro-entreprise, consiste à faire apparaître tous les besoins financiers de l'entreprise pour un bon déroulement de sa création. Cette étape consistera en l'élaboration d'une simulation financière qui traduit simplement le plan d'actions en états financiers prévisionnels. Elle permet de vérifier la pertinence économique, c'est également à ce niveau qu'il conviendra de prendre des décisions importantes quant à la politique de financement de l'entreprise.

1. Tableau de structure de financement

La structure de financement permet de connaître la part de financement de chaque partie à partir des proportions qui dépendent du mode de financement (triangulaire ou mixte) et se présente comme suit :

Tableau n°06 : structure de financement

Rubrique	Taux Participation	Montant
Apport personnel	01% OU 02%	
Numéraires		
Nature		
PNR classique	28% OU 29%	
PNR LO		
PNR VA		
Crédit Bancaire	70%	
TOTAL	100%	

Source : documents collectés au niveau de l'ANSEJ.

2. Tableau d'amortissement de crédit bancaire

Le tableau d'amortissement est un document indiquant le montant dû par l'emprunteur à chaque échéance de crédit. Il reprend dans le détail la répartition du remboursement entre le montant du capital, le montant des intérêts et celui relatif aux assurances, le capital restant dû après chaque échéance apparaît également. Pour ce qui est du cas de l'ANSEJ que l'on traite, le taux d'intérêt bancaire est bonifié à 100%.

3. Tableau de compte de résultat prévisionnel

Le compte de résultat prévisionnel est un document présenté en liste reflétant le niveau d'activité économique durant l'exercice comptable prévisionnel. Il s'agit d'une synthèse de l'ensemble des produits et des charges d'une entreprise qu'on effectue en se projetant sur un horizon de prévisions financières d'environ cinq ans.

Le document doit contenir des variables essentielles telles que :

- Le chiffre d'affaires prévisionnel
- Les charges d'exploitations prévisionnelles
- Les charges financières prévisionnelles
- Les amortissements prévisionnels
- Les impôts et taxes s'il y a lieu

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

L'objectif de l'établissement du compte de résultat prévisionnel est de faire ressortir un résultat net prévisionnel qui s'obtient par le chiffre d'affaires prévisionnel et autres produits, diminué des charges prévisionnelles qu'il revient d'estimer.

L'estimation des charges prévisionnelles, doit aussi faire objet d'un classement dans le tableau du compte de résultat prévisionnel, et ce pour permettre de faire ressortir les soldes intermédiaires de gestion qui nous renseignent sur l'évaluation de la performance de l'entreprise à différents niveaux. On peut résumer ces charges qui rentrent dans le calcul du résultat comme suit :

Frai généraux prévisionnels

Cette subdivision contient notamment les postes suivants : achats de marchandises, achats de matières premières, fournitures administratives, petits équipements (bien de faible valeur), sous-traitance, locations, travaux d'entretiens et de réparations, primes d'assurances, frais de documentations, frais de publicité, frais de télé communication.

Charges de personnels prévisionnelles

Lorsque l'entreprise prévoit d'embaucher des salariés, elle supporte plusieurs charges notamment la rémunération des employés, augmenté des charges sociales. Cette catégorie de charges inclut aussi la rémunération du dirigeant.

Dotations aux amortissements prévisionnelles

Les équipements utilisés doivent être amortis sur la période d'utilisation prévue. Par conséquent la dotation aux amortissements doit être prise en compte à la fin de chaque exercice.

Charges financières prévisionnelles

Cette charge est générée lorsque l'entreprise a recours à un emprunt bancaire avec un taux d'intérêt. Ces charges financières doivent être inscrites dans le compte de résultat. Pour ce qui est du cas de l'ANSEJ que l'on traite, le taux d'intérêt bancaire est bonifié à 100% donc il ne figure pas dans les charges financières au même titre que les impôts et taxes durant la période d'exonération.

Charges exceptionnelles prévisionnelles

Il est rare que ce type de charges figure dans le compte de résultat prévisionnel car elles sont complètement aléatoires, ce qui rend leur estimation impossible. Le bilan

4. Bilan prévisionnel

Le bilan prévisionnel est un tableau qui reflète le patrimoine de l'entreprise. Il fait état de ce qu'elle possède (son actif) et ce qu'elle doit (son passif) sur un horizon de prévisions financières d'environ cinq ans. En d'autres termes, il récapitule d'un côté tous les moyens de

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

production d'une entreprise et de l'autre l'ensemble des moyens de financements mis à sa disposition.

L'actif du bilan prévisionnel contient les éléments suivants :

- Les immobilisations incorporelles : brevets, marques, droit au bail, fonds de commerce, etc....
- Les immobilisations corporelles : matériel industriel, outillage, véhicule, mobilier matériel informatique, etc....
- Les immobilisations financières : dépôts de garantie versés, cautions, prêts, etc....
- Les créances clients et les stocks
- Les disponibilités (caisse, compte bancaire).

Dans le passif du bilan prévisionnel figurent les éléments suivants :

- Capitaux propres et réserves ;
- Résultat prévisionnel de l'exercice (bénéfice ou perte) ;
- Dettes financières ;
- Dettes fournisseurs ;
- Dettes sociales ;
- Découvert bancaire.

Par ailleurs, cet état présente certaines particularités notamment :

- Le résultat net tel qu'il ressort du compte de résultat prévisionnel est intégré dans les capitaux propres figurant au passif (en plus si c'est un bénéfice et en moins s'il s'agit d'une perte) ;
- Les immobilisations figurent à l'actif pour leur montant (net d'amortissement) ;
- Le total de l'actif doit obligatoirement être égal au total du passif.

Le bilan prévisionnel est un moyen pour l'entreprise d'anticiper son activité et aussi éviter toute potentielle difficulté à venir, il sera davantage un outil de gestion pour le dirigeant et il permet de :

- Prévoir à terme la structure financière de l'entreprise ;
- D'évaluer le résultat prévisionnel ;
- Comparer à posteriori le bilan réel établi en fin de période avec les prévisions ;

5. Calcul de la valeur actuelle nette du projet

La valeur actuelle nette est l'indicateur permettant d'apprécier la rentabilité du projet. Elle désigne un flux de trésorerie actualisé qui représente l'enrichissement supplémentaire d'un investissement en comparaison avec ce qui est exigé comme étant le minimum à réaliser pour les investisseurs. Il d'agit d'un indicateur qui influence la prise de décision concernant le lancement ou pas du projet d'investissement.

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

Pour calculer la valeur actuelle nette (VAN) d'un projet, deux types de flux sont nécessaires. Le premier est le montant de l'investissement initial (coût de l'investissement précédemment évalué), qui inclut toutes les charges relatives à la réalisation du projet. Ensuite, il faut évaluer les cash-flows générés par ce même investissement pour toutes les périodes futures. Il s'agit donc en d'autres termes des recettes générées durant la période considérée. Ces cash-flows doivent être actualisés pour permettre ainsi de connaître la valeur actuelle des flux futurs.

La formule de calcul de la VAN est la suivante :

$$VAN = -C + R_{\text{année1}} (1+i)^{-1} + R_{\text{année2}} (1+i)^{-2} + R_{\text{année3}} (1+i)^{-3} \dots + R_{\text{année n}} (1+i)^{-n}$$

Avec les notions suivantes:

C= Capital investi

i = Taux d'actualisation

R= Recette nette d'exploitation prévue

Les cash-flows quant à eux, sont des flux comptabilisant les entrées et les sorties d'argent. Par conséquent, les charges non décaissables telles que les amortissements et prévisions ne représentent pas une sortie d'argent. Elles ne sont donc pas incluses dans les cash-flows. Ils se calculent comme suit :

<p>Résultat Net</p> <p>+ Dotations aux amortissements</p> <p>+ Dotations aux provisions</p> <p>_ Résultat exceptionnel</p> <p>_ Variation du besoin en fond de roulement</p>
<p>Flux de trésorerie opérationnel</p>

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

III-1-3 Données statistiques sur l'activité de l'ANSEJ (Agence de Tizi-Ouzou)

Pour comprendre la répartition des projets créés par l'ANSEJ, nous avons pu collecter des données statistiques susceptibles de nous éclairer sur la tendance générale des jeunes entrepreneurs et déterminer vers quels types de projets ils sont le plus orientés.

En effet, depuis sa création le dispositif ANSEJ privilégie de financer des projets dans les secteurs les plus délaissés et auxquelles on juge nécessaire de donner un second souffle. On pense notamment au secteur agricole, secteur de l'industrie et plus récemment celui des services.

Ces statistiques peuvent aussi nous renseigner sur le potentiel de ces nouvelles entreprises à éponger le taux de chômage devenu de plus en plus inquiétant. Étant donné que cette fin constitue l'essence même de l'existence de cette institution, puisque la diminution du taux de chômage sera marquée comme une réussite du dispositif et la preuve de son efficacité. Cela sans détourner le regard des limites de celui-ci, qui se constatent par la forte mortalité des entreprises nouvellement financées et leurs difficultés à se maintenir dans un environnement instable.

Les données chiffrées présentent d'abord, le nombre de projets financés durant la période considérée (de 2015 jusqu'à la fin 2018) ainsi que le nombre d'emplois qui y sont créés durant la même période. Ensuite, on présente dans la deuxième figure la répartition de ces projets selon le secteur d'activité.

1. La répartition des projets créés par l'ANSEJ au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou du 01/01/2015 au 31/12/2018

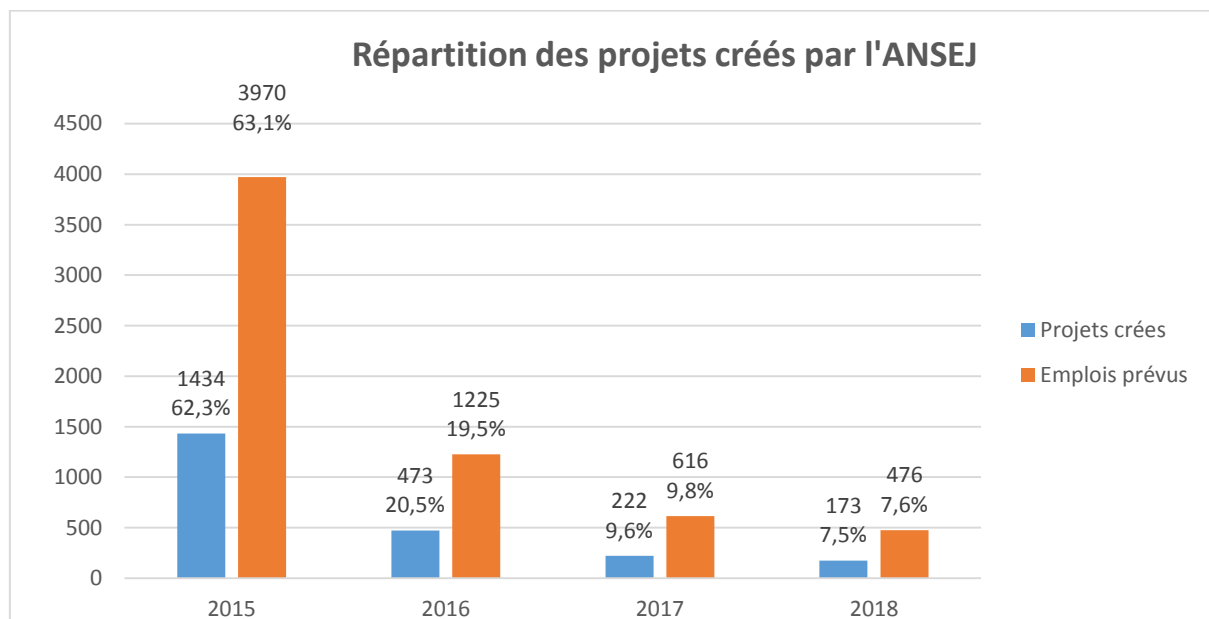
Tableau n°07 : répartition des projets créés par l'ANSEJ du 01/01/2015

Année	Projets créés	Pourcentage (%)	Emplois prévus	Pourcentage (%)
2015	1434	62.3%	3970	63.1%
2016	473	20.5%	1225	19.5%
2017	222	9.6%	616	9.8%
2018	173	7.5%	476	7.6%
TOTAL	2302	100.00%	6287	100.00%

Source : établie par nous-mêmes, à partir des données statistiques de l'ANSEJ(T.O) voir annexe n°1-2-3-4

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

Figure n°08 : répartition des projets créés par l'ANSEJ



Source : établie par nous-mêmes, à partir des données statistiques de l'ANSEJ (T.O)

Commentaire

La lecture de la figure n°5, met évidence une baisse significative des projets financés par l'antenne de Tizi-Ouzou. Le chiffre est passé de 1434 projets financé en 2015, pour chuter de manière progressive jusqu'à atteindre 173 seulement en 2018.

La raison de cette chute peut être expliquée par les nouvelles orientations du dispositif édictées par l'Agence, en termes d'activités à financer et filières ou secteurs d'activité à prioriser, ainsi que la tendance à privilégier les jeunes diplômés avec un accompagnement particulier. Ces réformes ont été adoptées sous la contrainte de la crise économique que connaît le pays depuis 2012 ou des mesures de réduction des dépenses de l'état ont été prises.

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

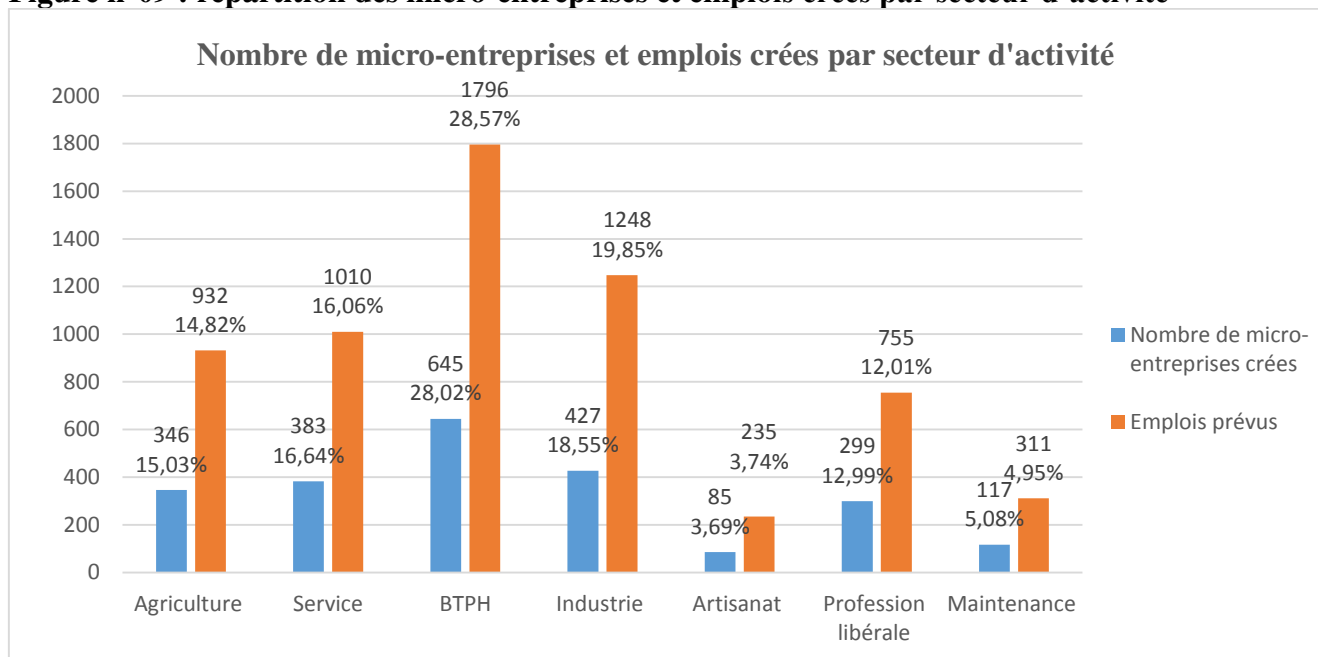
Tableau n°08 : répartition des micro-entreprises et emplois par secteur d'activité

Secteur d'activités	Nombre de micro-entreprises créés	Pourcentage (%)	Emplois prévus	Pourcentage (%)
Agriculture	346	15.03%	932	14.82%
Service	383	16.64%	1010	16.06%
BTPH	645	28.02%	1796	28.57%
Industrie	427	18.55%	1248	19.85%
Artisanat	85	3.69%	235	3.74%
Profession libérale	299	12.99%	755	12.01%
Maintenance	117	5.08%	311	4.95%
TOTAL	2302	100.00%	6287	100.00%

Source : établie par nous-mêmes, à partir des données statistiques de l'ANSEJ(T.O) voir annexe n°1-2-3-4

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

Figure n°09 : répartition des micro-entreprises et emplois créés par secteur d'activité



Source : établie par nous-mêmes, à partir des données statistiques de l'ANSEJ.

Commentaire

A travers la figure n°6 nous remarquons que le plus grand nombre de micro-entreprises a été créé dans le secteur BTPH avec un nombre de 645 micro-entreprises sur un total de 2302. Ensuite, vient les deux secteurs Industrie et Service avec un nombre de 427 pour le premier, et 383 pour le deuxième. Ces trois secteurs ont permis la création de 4054 postes de travail. Le secteur agricole est en quatrième position ce dernier a marqué la création de 346 micro-entreprises et a permis la création de 932 emplois. La cinquième position est décrochée par le secteur profession libérale avec la création de 755 emplois à travers la mise en place de 299 micro-entreprises. En dernier lieu nous retrouvons le secteur de Maintenance avec la création de 117 micro-entreprises qui a permis la création de 311 emplois et enfin le secteur Artisanat avec la création de 235 emplois.

Nous pouvons déduire qu'au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou, les secteurs les plus dynamiques en termes de création de micro-entreprises sont les secteurs BTPH, Agriculture et Service. Quant aux secteurs les moins dynamiques, nous trouvons le secteur de Maintenance et de l'artisanat. Cela peut d'expliquer par plusieurs facteurs notamment, les faibles coûts de l'investissement, la disponibilité de la matière premières nécessaires pour le déroulement de l'activité pour les fournisseurs et l'expérience accumulée dans le domaine, l'ouverture du dispositif aux activités touristiques et autres activités liées aux nouvelles technologies de l'information et de la communication comme les agences publicitaire et boîtes de communication et autres.

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

Section2 : Etude d'un projet de création d'entreprise financés par l'ANSEJ

Le projet que l'on a choisi d'étudier est celui de la création d'une agence de tourisme dans la ville de Tizi-Ouzou. L'activité de cette entreprise est essentiellement axée sur la prestation de services relatifs au voyage et tourisme en général.

Ce genre d'établissement occupe une place d'intermédiaire entre les clients voyageurs ou visiteurs, et les compagnies créateurs de voyage, telles que les services hôteliers, les loueurs de voitures, les compagnies aériennes, les tour-opérateurs, et même les compagnies d'assurance. L'agence de voyage rassemble donc les prestations de ses fournisseurs et les vend en pack à la clientèle selon la demande. Elle s'assure aussi de renseigner ses clients des informations vitales concernant les formalités sanitaires et administratives de leurs destinations ; elle doit également conseiller les clients sur les éventuels obstacles qui pourraient surgir au cours du voyage et les impératifs relatifs aux touristes.

Le point qui nous intéresse dans notre analyse, est la démarche de conception du projet en passant par la phase d'étude du marché et montage financier du projet. Il revient d'abord, de commencer par nous intéresser au secteur d'activité dans lequel exerce cette agence pour comprendre les caractéristiques de son environnement, la nature de la demande, ainsi que les éventuelles contraintes qu'il est possible de rencontrer. On passera ensuite, à la phase d'étude du projet et conception du plan d'affaire, en collaboration avec le service d'orientation et de conseil de l'ANSEJ.

III-2-1 Présentation de l'activité touristique

Le tourisme constitue aujourd'hui pour beaucoup de pays, l'un des secteurs les plus importants du développement économique et social.

En effet, l'activité touristique est réputée comme étant génératrice d'un nombre considérable d'emplois directs, indirects et induits, une source indéniable de devise, une source fiscale appréciable pour les caisses de l'Etat, un facteur d'épanouissement de l'individu et de la société.

On considère même aujourd'hui, le tourisme comme une industrie lourde qui ne cesse de prendre de l'ampleur et de prospérer à l'échelle internationale. L'importance du tourisme n'est plus à démontrer, car il s'agit d'un secteur de l'économie en pleine croissance et dont l'évolution à long terme est très prometteuse.

L'Algérie espère beaucoup de ce secteur pour générer une ressource hors hydrocarbures, car : Possédant incontestablement, d'importantes potentialités et richesses touristiques du nord au sud, de l'est à l'ouest, l'Algérie offre l'image d'un grand pays touristique.

Une façade littorale de 1200 Km, des sites côtiers et montagneux, un arrière-pays pittoresque varié, des vestiges historiques, et un majestueux Sahara représentant presque 80% du territoire national.

En outre, l'Algérie représente par son histoire millénaire et son riche folklore, un carrefour de civilisation qui regroupe autant d'éléments attractifs de dépaysement recherchés par le touriste. Parmi les régions sur lesquelles compte notre pays pour développer le secteur du tourisme la région de la grande Kabylie, qui par et grâce à son riche patrimoine culturel et ainsi qu'à la beauté de ses paysages peut attirer des étrangers et de nouveaux investisseurs dans cette branche d'activité et qui va permettre aux autres secteurs se développer.

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

On constate que le tourisme est une activité multidimensionnelle à plusieurs aspects :

1. Aspects économiques

C'est une activité de prestation de services, qui implique des opérations de commercialisation et qui a une influence sur l'emploi, sur l'investissement, sur la production, sur les prix, etc.

2. Aspects sociologiques

Le tourisme est une activité profondément humaine dans la mesure où il implique :

Une récupération des forces de travail grâce aux vacances ;

Une distribution sociale, entre ceux qui partent en vacances et les autres ;

Un déplacement d'individus implique une rencontre de culture qui peut être positive du fait qu'elle engendre un enrichissement des horizons de pensée, et de nouvelles relations d'amitié, et qui peut être négative car elle provoque des tensions, des conflits et la perte d'identité.

3. Aspects environnementaux

D'une part, la nature offre les ressources touristiques de base (la mer, les montagnes, les ressources thermales...), d'autre part le tourisme incite à la production et la mise en valeur de l'environnement.

III-2-1-1 Réglementation en vigueur

L'exercice de l'activité de l'agence de voyages et de tourisme exige l'obtention d'un agrément et d'une licence d'exploitation délivrés par le ministère de l'aménagement du territoire, de l'environnement et du tourisme. L'agrément est obtenu en deux phases.

Dans la première phase, un dossier comprenant les justificatives de la qualification ainsi que les pièces d'état civiles doit être déposées au niveau de la direction du tourisme de la wilaya choisie. Après l'étude du dossier par la commission nationale des agréments des agences de voyages et du tourisme, un accord de principe est donné. Suite à cela, un délai de trois mois est accordé au promoteur pour aménager son agence. L'agrément est délivré après l'obtention des résultats de l'enquête de bonne moralité établie par les services de la sureté nationale.

Les textes de la loi régissant l'activité de l'agence de voyages et de tourisme sont les suivant :

- La loi n°99-06 du 04 avril 1999 régissant l'activité de l'agence de voyages et de tourisme.
- Le décret exécutif n°2000-48 du 01 mars 2000 fixant les conditions et les modalités de création et d'exploitation d'une agence de voyages et de tourisme ;
- Décret exécutif n° 44 du 21/07/2010.

III-2-1-2 Présentation de l'organisme d'accueil

Vue l'importance de l'activité touristique dans la création de la valeur ajoutée, nous avons choisi pour notre recherche de s'adresser à une agence de voyage. Mais avant de procéder à notre étude de cas, présentons d'abord cette agence.

Le projet consiste en la création d'une agence de tourisme et de voyage en vue de fournir un service d'intermédiation entre les clients désirant un service de cette nature et des fournisseurs de produits touristiques.

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

L'agence de voyage **Hop& Go voyage** est localisée au boulevard Krim Belkacem à Tizi-Ouzou. Prévoyant de créer un nombre d'emplois total de 5 employés dont le gérant. Le projet a été soumis aux services de l'ANSEJ le 23 Avril 2017.

L'activité de l'agence concerne à la fois la mise à disposition de ces clients de services tels que la réservation de billet d'avion, séjour touristique que ce soit au niveau national ou international, réservation d'hôtel, assurance voyage, démarches pour obtention de visas, location de véhicules, transfert aéroport, voyage pour pèlerinage.

III-2-1-3 Méthodologie et organisation de recherche

À présent, nous présenterons la démarche méthodologique pour le recueil de données de terrain. Afin d'avoir l'information exacte et chiffrée sur la stratégie entrepreneuriale et les moyens de financements disponible pour l'agence de voyage de la wilaya de Tizi-Ouzou, nous avons réalisé une étude de cas inscrite dans une approche qualitative de l'information.

III-2-1-3-1 Le choix du terrain d'application

Nous avons choisi comme terrain d'application l'agence de voyage et tourisme Hop & Go qui se trouve à Tizi-Ouzou. Notre intérêt pour cette agence comme terrain d'application se justifie par :

- La proximité géographique ;
- L'importance de l'activité touristique dans la création de richesse ;

III-2-1-3-2 Méthode d'étude de cas

Pour ce qui est de notre cas d'étude, nous avons opté pour la méthode holistique¹, qui fait référence à l'unité d'analyse, qui s'intéresse à une organisation dans son ensemble vue la possibilité d'accès aux documents internes de l'agence de voyage.

Cette méthode consiste à analyser les documents collectés au niveau de l'agence de voyage. Concernons notre cas, nous avons choisi l'étude d'un cas d'une entreprise individuelle dans le cadre de dispositif ANSEJ, au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou. C'est une entreprise de très petite dimension qui offre des services dans le domaine touristiques.

1. Collecte de données

Il s'agit de l'outil qui permet de recueillir les données du terrain. Dans notre recherche, l'enquête a été réalisée sur la base d'un questionnaire (voir annexe) adressé au chef d'entreprise, à l'origine de création de sa propre entreprise.

Afin de réaliser ce questionnaire, nous avons opté pour la méthode de conceptualisation personnelle. En effet, en se basant sur notre cadre de recherche sur la stratégie entrepreneuriale et les moyens de financement disponible dans une perspective de saisie d'opportunité, nous avons réalisé ce questionnaire qui a été validé par notre directeur de recherche.

¹ DAHAK, Abednnour. KARA, Rabah. «Du choix du sujet à la soutenance ».Tizi-Ouzou : Editions El AMEL, 2015, p.90.

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

Le but principal de ce questionnaire est d'avoir l'information nécessaire auprès du jeune entrepreneur qui va nous permettre de réaliser l'objectif de notre recherche

Afin de ne pas alourdir le questionnaire et d'avoir le maximum de réponses nous avons veillés à ce que les questions soient administrées de la manière la plus claire et la plus courte possible. Notre questionnaire comporte 22 questions ; variées entre des questions fermées dans lesquelles on intègre des questions : dichotomiques, questions à choix multiples et des questions ouverte afin de donner la liberté absolue au répondant pour s'exprimer sur le sujet.

A cet effet, notre questionnaire comprend quatre volets voire annexe n°10 :

Volet n°01 : l'identification de l'entrepreneur

Cette première partie a pour but d'identifier et présenter l'entrepreneur, le propriétaire d'entreprise, les questions ont porté sur le profil : sexe, âge, niveau d'instruction, expérience professionnelle, ...etc.

Volet n°02 : caractéristique de l'entreprise

Cette deuxième partie est réservée pour la détermination et l'identification de l'entreprise créée à savoir l'année de création, sa raison sociale, statut juridique, son secteur d'activité, la structure de financement, ...etc.

Volet n°03 : procédure engagées pour l'élaboration d'une stratégie entrepreneuriale

Cette troisième partie a pour but de voir les ambitions et les raisons réelles ayant poussé l'entrepreneur à la création d'entreprise, et les facteurs qui sont à l'origine du choix du secteur d'activité ainsi que l'étude financière mené par l'entrepreneur.

Volet n°04 : les difficultés entravant la création d'entreprise

Cette dernière partie consiste à déterminer et cerner les différents problèmes et contraintes rencontrées par l'entrepreneur lors de sa création d'entreprise.

Les données de terrain ont été recueillies, nous nous sommes déplacés au niveau du siège de l'entreprise pour rencontrer personnellement le dirigeant de l'entreprise le 10/08/2019, en entretien face à face afin d'éviter toute confusion.

En outre les documents internes de l'entreprise tels que la structure d'investissement et de financement, le tableau d'amortissement du crédit bancaire, bilan d'ouverture, bilan prévisionnel et en dernier le tableau de compte de résultat.

Ayant ainsi présenté les démarches méthodologique de notre enquête, nous procéderons à la présentation et l'analyse des résultats de l'enquête de terrain qui fera l'objet du deuxième point de la section.

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

III-2-2 Projet de création d'une agence de tourisme et voyage via l'ANSEJ

L'initiateur du projet est un diplômé de l'enseignement supérieur dans le domaine de l'économie et gestion, âgé de 30 ans et ayant acquis une expérience de trois ans dans le domaine du tourisme. Le promoteur a envisagé après avoir eu assez d'expérience de se lancer dans le champ de l'entrepreneuriat et de monter sa propre entreprise.

La problématique de base concerne ici spécifiquement le choix stratégique des activités à développer, sachant que le développement en phase de démarrage est contraint par des ressources financières limitées, ce qui impose à l'entrepreneur une rationalisation quant à la limitation de son portefeuille d'activité. Le cas pose également la problématique de l'accompagnement du dirigeant de l'entreprise, car le passage de l'état d'employé travaillant sous les directives et responsabilité d'une tiers personne à celui de gestionnaire de sa propre entreprise, exige une adaptation forte de l'entrepreneur. La gestion de l'entreprise se fait en temps réel et tout événement peut avoir une incidence négative immédiate ; aussi, après avoir été un fonceur, l'entrepreneur doit se transformer, pour affronter la phase du démarrage, en décideur prudent et avisé, c'est-à-dire, en gestionnaire.

De ce point de vu là, l'ANSEJ constitue pour l'entrepreneur une opportunité. D'abord parce qu'elle propose de combler le besoin en ressources financière pour monter le projet, et ensuite parce qu'elle accompagne le jeune promoteur au cours de l'évolution de son activité.

Nous résumerons dans un premier temps les formalités exigés lors de la création du projet, puis nous développeront la phase de l'étude du projet.

III-2-2-1 Dépôt de dossier

- formulaire d'inscription à soumettre dans la plateforme en ligne dédiée à cet effet dans le site officiel de l'ANSEJ, il doit être rempli soigneusement sans faire de fausse déclaration.
- Photo copie de la pièce d'identité nationale
- Attestation d'inscription où carte bleu de l'ANEM.
- Attestation de dégageement du service nationale.

L'accompagnateur :

- Réceptionner le dossier et s'assurer du remplissage du formulaire
- Recueillir l'information sur l'éligibilité et la situation du promoteur vis-à-vis de la CNAS/CASNOS.
- Saisir les informations relatives aux promoteurs sur le système d'information
- Imprimer l'accusé de réception du dossier

III-2-2-2 Etude de projet

L'étude du projet consiste à l'élaboration du plan d'affaire ou du Business Plan par le promoteur en collaboration avec l'accompagnateur.

Il s'agit de structurer toutes les informations utiles au projet dans un Business Plan en vue de démontrer sa rentabilité. L'accompagnateur à travers une série d'entretiens individuels

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

(selon le besoin) travaille en étroite collaboration avec le promoteur sur le plan d'affaire qui englobe :

- Présentation des promoteurs : Gérant et associés
- Présentation du projet : nature du projet, localisation et emplois à créer
- Étude du marché : offre/demande globale, marché du projet, politique des prix, politique de distribution et de communication.
- Étude technique : processus de production, investissement, fonds de roulements
- Étude financière : Bilan d'ouverture et prévisionnel, TCR, structure d'investissement, structure de financement et le tableau d'amortissement du crédit bancaire.

III.2.2.2.1 Etude du marché

L'étude du marché consiste en l'analyse du secteur des agences de voyage dans la région de Tizi-Ouzou. Il s'agit de faire ressortir les éléments clés qui permettront d'effectuer des prévisions sur le projet, notamment l'estimation du chiffre d'affaire. L'étude qui a été effectuée a permis d'identifier les éléments suivant :

Offre globale : On peut recenser une vingtaine d'agences de voyages réparties sur l'ensemble du territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou qui offrent des prestations de services divers.

Demande globale et marché potentiel : l'estimation de la demande globale en matière de produit touristique et demande de services relatifs au tourisme est difficilement appréciable. On peut déterminer la demande du marché en observant le volume des prestations fournis par des concurrents, ou simplement de manière intuitive et en s'appuyant sur ses expériences passées.

Marché concurrentiel : La concurrence sur ce marché est relativement prononcée étant donné qu'il existe plusieurs agences qui se disputent le marché. Cela peut être vu comme étant positif puisque ça montre que c'est une activité à fort potentiel. Il reste donc à chercher d'identifier le besoin du client et l'améliorer.

Clients potentiels : Il est indispensable de définir son créneau afin d'adapter son offre et la parfaire pour s'adapter à la demande du client. Le créneau visé par notre agence est celui de la prestation de service pour une catégorie de clients essentiellement composé d'étudiants du fait de sa proximité à l'université et campus de résidence universitaire. La demande de cette catégorie de client, concerne les démarches pour étude à l'étranger, et donc il y a tout un service d'orientation et de conseil conçu pour répondre à leurs attentes. Les autres catégories de clients concernent les voyageurs et touristes souhaitant faire un séjour vers une destination donnée. Il existe plusieurs offres sous formes de package comprenant différents services pour lesquels le client peut opter.

Politique des prix : Lors de la définition des prix, il revient de prendre en considération la capacité du portefeuille du ménage algérien. En effet, pour réussir à toucher une clientèle plus large il faut prévoir une certaine flexibilité des services à fournir. Autrement dit, les package

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

proposé doivent tenir compte de la capacité du citoyen lambda sans pour autant renoncer à une part trop importante de sa marge commerciale.

Politique de promotion : Pour promouvoir ses produits, l'agence opte les moyens de communication traditionnelle comme l'impression de carte de visite, l'affichage ou le bouche à oreille. Les nouveaux moyens de communication par internet constituent la part la plus importante de la technique de promotion (création de site internet, page Facebook...etc.).

III-2-2-2-2 Etude technique

Le rapport rendu après l'étude technique révèle en détail les besoins en hommes et équipements pour que l'entreprise puisse fournir ses services dans les meilleures conditions. Le projet prévoit un besoin de 5 employés réparties sur différentes tâches. Trois à quatre personnes doivent être présentes en permanence dans l'agence pour occuper les postes de réception des clients, standard, bureau de conseil et orientation, et une autre personne qui s'occupe des affaires externes de l'agence (contact des fournisseurs, accompagnement des clients...etc.).

Les équipements de production pour le lancement d'une agence de voyage sont relativement limités. L'investissement nécessaire concernant l'achat du mobilier et design intérieur de l'agence (comptoir, bureaux, fauteuils, plantes vertes, lampes, affiches encadrées, etc.) ainsi que des postes informatiques et terminaux de paiement nécessaires à l'activité commerciale.

Le rapport doit aussi décrire la nature du cycle de production permettant d'évaluer le besoin en fond de roulement de l'agence de tourisme. En effet, l'activité est caractérisée par une fluctuation de sa demande selon les périodes de l'année. L'activité touristique est plus prononcée en saison estivale qu'en hiver. Par conséquent l'entreprise doit tenir compte de ses fluctuations dans l'estimation du BFR en considérant des périodes de récession et des périodes de croissance.

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

Le tableau suivant résume les différentes structures de l'investissement

Tableau n°09 : structure d'investissement

(En DA)

Rubrique	Coût	Coût TOTAL
Frais de la location	0,00	0,00
Cotisation au fonds de garantie	91 883,63	91 883,63
Assurances	13 569,97	13 569,97
Frais préliminaires	50 000,00	50 000,00
Équipements de production	4 183 635,52	4 183 635,52
Équipements locaux	4 183 635,52	4 183 635,52
Équipements importés	0,00	0,00
Cheptel	0,00	0,00
Matériels roulants	0,00	0,00
Aménagements	1 611 498,00	1 611 498,00
Outils	0,00	0,00
Mobilier de bureau	0,00	0,00
Matériels informatiques	0,00	0,00
Droit de douanes et taxes	0,00	0,00
Autres impôts et taxes	0,00	0,00
Frais d'installations	0,00	0,00
Frais de transport	0,00	0,00
Montage et essais	0,00	0,00
Fonds de roulement	300 000,00	300 000,00
Autres 1	0,00	0,00
Autres 2	0,00	0,00
TOTAL	6 250 587,12	6 250 587,12

Source : document fournie par l'entreprise

Le coût total du projet est estimé à 6 250 587.12 DA. Ce coût est calculé par la somme des équipements et autres facteurs nécessaires au fonctionnement de l'agence. Il s'agit du financement de départ dans le cadre de la création de l'entreprise, et comprend tous les coûts de création à savoir : les frais d'assurance, les frais d'aménagement, et autres frais. La cotisation au fonds de garantie figure également dans le calcul du coût de l'investissement puisque l'adhésion au fonds de garantie est un préalable au financement bancaire.

III-2-2-2-3 Etude financière

L'étude financière de la micro-entreprise, consiste à faire apparaître tous les besoins financiers de l'entreprise pour un bon déroulement de sa création et elle porte sur les points suivants :

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

Tableau n°10 : Structure de financement

Rubrique	Taux Participation	Montant
Apport personnel	02%	125 011,74
Numéraires		125 011,74
Nature		0,00
PNR classique	28%	1 750 164,39
PNR LO		0,00
PNR VA		0,00
Crédit Bancaire	70%	4 375 410,98
TOTAL	100%	6 250 587,61

Source : document fournie par l'entreprise

Commentaire

À partir du coût total du projet définit plus haut, on définit la part du financement de chaque partie qui compose le mode de financement triangulaire. Chaque part partie du financement est définit selon les proportions caractéristique a ce mode. Le promoteur doit donc fournir un montant en guise d'apport personnel à hauteur de 2% du total préétablie.

Tableau n°11 : Amortissement du crédit bancaire

Montant du crédit	4 375 410,98							
Durée du crédit	8,00							
Taux d'intérêt bancaire	5,5%							
Taux de bonification	100%							
Taux d'intérêt réel	0,00%							
Rubrique	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5	Année 6	Année 7	Année 8
Principale	0,00	0,00	0,00	875 082,20	875 082,20	875 052,20	875 052,20	875 052,20
Reste à rembourser (encours)	4 375 410,98	4 375 410,98	4 375 410,98	4 375 410,98	3 500 328,79	2 625 246,59	1 750 164,39	875 082,20
Intérêts bancaires bonifiés	0,00	240 647,60	240 647,60	240 647,60	192 518,08	144 388,56	96 259,04	48 129,52
Cotisation au FG	15 313,94	15 313,94	15 33,94	15 313,94	12 251,15	9 188,36	6 125,58	3 062,79
Cotisation à verser	91 883,63							

Source : document fournie par l'entreprise

Commentaire

Le crédit bancaire s'amorti sur une durée de 8ans avec la prise en compte de trois années de différé. Le remboursement de l'annuité commence donc à partir du début de la quatrième année. La cotisation au fond de garantie est de 0.35% par année, du montant du crédit bancaire qui reste à rembourser. Cette cotisation doit cependant être versée par le promoteur, comme une garantie supplémentaire pour la banque.

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

Tableau n°12 : Bilan d'ouverture

Actif	Montant	Passif	Montant
2-Investissement		1-Fonds propres	125 011,74
Frais préliminaires	50 000,00		
CFG	91 883,63		
Assurance	13 569,97		
Equipements de production	4 183 635,52		
Outillages	0,00		
Matériel roulant	0,00		
Matériels de bureau	0,00		
Matériels informatiques	0,00		
Aménagement	1 611 498,00		
Autres	0,00		
3-Stocks		5-Dettes d'investissement	
Matières et fournitures	0,00	Emprunts bancaires (CMT)	4 375 410,98
4-Créances		Autres emprunts (PNR Classique)	1 750 164,39
Caisse et banque	300 000,00	Autres emprunts (PNR LO)	0,00
Frais de la location	0,00	Autres emprunts (PNR VA)	0,00
TOTAL	6 250 587,12	TOTAL	6 250 587,12

Source : document fournie par l'entreprise

Commentaire

Le bilan d'ouverture ou plus précisément, bilan de départ, est un élément clé qui résume avec exactitude le montant des fonds nécessaire à la création de l'entreprise. Il permet d'avoir une présentation synthétique de la situation financière le jour du démarrage de l'entreprise. Il est utile pour la présentation du dossier de création de l'entreprise lors de l'exposition du projet au comité de sélection et validation. Cependant, pour ce qui est des fonds propres, ce bilan présente uniquement le montant de l'apport personnel considéré comme la part de la contribution du promoteur et ne tient pas compte de l'existence d'éventuels fonds propres à la disposition du chef de projet.

- Calcul du fonds de roulement :

Fonds de roulement = capitaux permanents – actif immobilisés

Fonds de roulement = (125011,74 + 4375410,97 + 1750164,39) – (50000 + 91883,63 + 13569,97 + 4183635,52 + 1611498) = 300000,00 DA

Fonds de roulement = 6250587,12 – 5950587,12 = 300000,00 DA

Commentaire

Le montant du fonds de roulement montre que les ressources permanentes ont permis de financer la totalité des emplois permanents. Cela représente pour l'entreprise une marge de sécurité puisqu'elle pourra financer son cycle d'exploitation.

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

- Calcul du ratio de fond de roulement :

$$\text{ratio de fond de roulement} = \frac{\text{Capitaux permanents}}{\text{Actifs immobilisés}}$$

$$\text{ratio de fond de roulement} = \frac{6250587,12}{5950587,2} = 1.05$$

Le ratio est supérieur à 1 ce qui signifie que le fond de roulement est positif donc la situation financière est a priori équilibrée.

- Calcul du ratio d'endettement :

$$\text{ratio d'endettement} = \frac{\text{Total des dettes}}{\text{Total passif}}$$

$$\text{ratio d'endettement} = \frac{4375410,98 + 1750164,39}{6250587,12} = \frac{6125575,37}{6250587,2} = 0.9799$$

Le ratio d'endettement nous montre que l'entreprise ne pourra en aucun cas pouvoir s'endetter d'avantage. On peut donc la qualifier de surendettée. Les dettes de l'entreprise représentent 97.99% du total du passif.

- Calcul du ratio d'autonomie financière :

$$\text{Autonomie financière} = \frac{\text{Fonds propres}}{\text{Capitaux permanents}}$$

$$\text{Autonomie financière} = \frac{125011,74}{125011,74 + 6125575,37} = \frac{125011,74}{6250587,11} = 2\%$$

D'après les résultats, l'entreprise n'est pas autonome, le ratio est inférieur à 50% ce qui signifie que les dettes financières sont importantes que les fonds propres. Cependant le calcul de ce ratio ne tient pas compte de l'existence de fonds propres supplémentaires. Ce qui figure dans le bilan d'ouverture n'est que l'apport personnel du promoteur exigé par l'ANSEJ.

1. Analyse du tableau de compte de résultat prévisionnel

Le compte de résultat prévisionnel synthétise l'ensemble des produits et charges de l'entreprise afin de faire ressortir un résultat permettant de juger de la rentabilité du projet. L'estimation du chiffre d'affaire prévisionnel considéré dans ce tableau vient des résultats de l'étude du marché effectuée par l'entrepreneur en se basant sur différents paramètres cités auparavant. On rapporte également dans le tableau les prévisions des charges intermédiaires pour aboutir au résultat net avec lequel on pourra estimer la valeur actuelle nette du projet d'investissement. Tableau de compte de résultat sur huit (8) ans voir annexe n° 5.

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

- Calcul de la valeur actuelle nette du projet (VAN) :

On a :

$$\text{VAN} = -C + R \text{ année1 } (1+i)^{-1} + R \text{ année2 } (1+i)^{-2} + R \text{ année3 } (1+i)^{-3} \dots + R \text{ année n } (1+i)^{-n}$$

Avec les notions suivantes:

C= Capital investi

i = Taux d'actualisation choisi pour le projet est de 7%

R= Recette nette d'exploitation prévue

On doit d'abord calculer les cash-flows nets

Flux de trésorerie nets pour l'année N = Résultat net de l'année N + Dotations aux amortissements et prévisions de la même année

$$\begin{aligned} \text{Flux de trésorerie nets (année 1)} &= 176\,541,98 + 578\,374,11 \\ &= 754\,916,09 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{VAN} &= -6\,250\,587,12 + 754\,916,09 (1,07)^{-1} + 1\,368\,909,09 (1,07)^{-2} + 1\,999\,491,11 (1,07)^{-3} + \\ &2\,597\,331,53 (1,07)^{-4} + 3\,346\,226,37 (1,07)^{-5} + 4\,180\,184,08 (1,07)^{-6} + 5\,107\,980,23 (1,07)^{-7} + \\ &6\,139\,272,57 (1,07)^{-8} \end{aligned}$$

$$\text{VAN} = -6\,250\,587,12 + 18\,900\,221,84$$

$$\text{VAN} = \mathbf{12\,649\,634,72}$$

Commentaire

La valeur actuelle nette du projet est positive, ce qui signifie que la valeur actualisée des recettes prévues est supérieure au montant de l'ensemble des capitaux investis. On peut donc qualifier le projet comme étant rentable. La conclusion que l'on peut tirer du calcul de la VAN est conditionnée aux prévisions fixées au préalable. En effet, on peut se prononcer sur la rentabilité du projet uniquement si on fait confiance à la pertinence des prévisions faites au préalable.

2. Analyse du bilan prévisionnel

Il existe plusieurs ratios qui sont utilisés pour l'analyse financière, mais on va calculer uniquement ceux qui nous intéressent.

Bilan prévisionnel sur huit (8) voir annexe n° 6

- Calcul des ratios de l'autonomie financière

$$\text{Autonomie financière} = \frac{\text{Fonds propres}}{\text{Capitaux permanents}}$$

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

Tableau n°13 : l'autonomie financière

Année	1	2	3	4	5	6	7	8
Ratio	0.0204	0.0204	0.0204	0.0204	0.0238	0.0285	0.0357	0.0476
%	2.04%	2.04%	2.04%	2.04%	2.38%	2.85%	3.57%	4.76%

Source : établie par nous-mêmes, à travers le bilan prévisionnel de l'entreprise voir annexe n°6

Commentaire

À en juger par le calcul de ces ratios, il est évident que l'entreprise n'est pas du tout indépendante d'un point de vue financier. Les capitaux propres ne peuvent pas couvrir les emprunts à long terme. Cela représente un danger pour l'entreprise étant donné qu'elle n'est qu'en phase de démarrage, ce qui la rend particulièrement vulnérable. Cependant, les capitaux propres considérés dans notre exemple ne tiennent pas compte de l'existence d'une part de capitaux supplémentaire dont dispose le gérant, puisque le bilan considéré fait mention uniquement de l'apport personnel que le créateur de l'entreprise doit fournir. Il est probable donc que sa situation soit moins critique qu'elle n'y paraît.

- Calcul du ratio de la rentabilité économique

« L'entreprise a besoin de l'ensemble de ses actifs pour générer ses bénéfices. Il est donc important de mesurer la rentabilité qu'elle génère sur ses investissements ».

$$\text{Rentabilité économique} = \frac{\text{Résultat Net}}{\text{Total Actif}}$$

Tableau n°14 : rentabilité économique

Année	1	2	3	4	5	6	7	8
Ratio	0.0274	0.1122	0.1852	0.2441	0.3398	0.3579	1.2494	2.0219
%	2.74%	11.22%	18.52%	24.41%	33.98%	35.79%	124.94%	202.19%

Source : établie par nous-mêmes, à travers le bilan prévisionnel de l'entreprise voir annexe n° 6

Commentaire

Si on se réfère aux résultats affichés par le bilan prévisionnel de l'entreprise, on constate qu'elle estime un accroissement de son résultat Net au cours des huit années considérées. Le calcul de ce ratio ne nous permet évidemment pas de juger de la rentabilité de cette entreprise de manière pertinente, mais ça nous fournit tout de même une petite idée de ce que pourra être sa rentabilité au futur, bien que celle-ci laisse une grande part à l'incertitude et relève d'un processus complètement aléatoire.

L'accroissement progressif du ratio de rentabilité économique montre que l'entreprise prévoit une augmentation de ses recettes au fil du temps sans pour autant augmenter les charges, ce qui améliore considérablement sa rentabilité et lui permet de réaliser des économies d'échelle.

Il est nécessaire de tenir compte également de ce que devrait être la rentabilité économique dans ce secteur puisque elle ne devrait pas être comparée aux normes concernant les entreprises industrielles. En effet les entreprises de prestation de service se doivent d'enregistrer une rentabilité meilleure, étant donné que ces dernières n'engagent pas dans leur outil de production des investissements lourds.

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

- Calcul du ratio de la rentabilité commerciale

La rentabilité commerciale peut être définie comme étant le rapport qui mesure la capacité de la société à générer du chiffre d'affaire en fonction des volumes de ventes qu'elle réalise. Elle se mesure par le rapport entre le résultat net réalisé et le chiffre d'affaire.

$$\text{Rentabilité commerciale} = \frac{\text{Résultat Net}}{\text{Chiffre d'affaire}}$$

Tableau n°15 : rentabilité commerciale

Année	1	2	3	4	5	6	7	8
Ratio	0.0251	0.1025	0.1676	0.2164	0.2697	0.3191	0.3648	0.4072
%	2.51%	10.25%	16.76%	21.64%	26.97%	31.91%	36.48%	40.72%

Source : établie par nous-mêmes, à travers le bilan prévisionnel de l'entreprise voir annexe n° 6

Commentaire

Comme pour la rentabilité économique, le raisonnement suivi pour la rentabilité commerciale est le même, puisque qu'on raisonne ici à titre prévisionnel uniquement. L'accroissement du chiffre d'affaire prévisionnel permettrait pour l'entreprise d'améliorer sa rentabilité commerciale, et ce en augmentant la marge brute sur la fourniture de ses services. À en juger par l'évolution du ratio de rentabilité commerciale pour notre exemple, et la comparaison du résultat de l'entreprise par rapport à son volume d'affaire estimatif, on peut considérer que l'entreprise est rentable mais que celle-ci est étroitement liée à son chiffre d'affaire. En effet l'entreprise devrait impérativement enregistrer une hausse de son chiffre d'affaire sans quoi elle ne pourrait pas tenir ses engagements à long terme. On peut donc dire qu'elle est très sensible à la baisse du volume de son chiffre d'affaires.

3. Examen du projet par le CSVF

Le comité de sélection et de validation et financement du projet est chargé d'examiner les projets présentés par le promoteur. Il se compose par un groupe de représentant des différents services en relation avec le financement des projets. Le groupe est composé de :

- Un représentant du Wali ;
- Un représentant de la Direction de l'Emploi de la Wilaya (DEW) ;
- Un représentant de l'Agence Nationale de l'Emploi (ANEM) ;
- Un représentant du Centre Nationale du Registre du commerce (CNRC) ;
- Un représentant de la direction des Impôts de la Wilaya ;
- Un représentant de chacune des banques d'Etat : BADR, BNA, BDL, BEA et le CPA ;
- Un représentant de la chambre professionnelle concernée ;
- Un secrétaire du Comité de l'ANSEJ ;
- Le Directeur de l'ANSEJ.

Le comité organisera une séance de rencontre, durant laquelle le promoteur expose son projet oralement et apporte ses arguments en vue de convaincre son auditoire sur la portée de son idée de création, et sur le besoin auquel il compte répondre sur le marché ainsi que sur la cohérence du projet.

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

À l'issue de la rencontre le comité se prononcera sur leur décision de financement ou ajournement ou rejet du projet. La décision est prise si le projet fait l'unanimité auprès de tous les membres du comité présent. En cas d'égalité d'opinions, c'est au président de la séance de trancher sur la question.

Suite à la validation du projet par le CSVF, une attestation d'éligibilité relative aux conditions que doit remplir le promoteur est délivré. Ainsi, le promoteur peut procéder aux démarches pour la création juridique de son entreprise pour pouvoir accéder aux financements attendus.

L'accord bancaire est ensuite délivré pour financement après avoir fourni un certain nombre de garantie comme : le paiement total de la cotisation au fond de garantie, ainsi que d'autres formalité (voir en annexe).

III-2-3 Domaines d'activité stratégique de l'agence de tourisme Hop & Go voyage

L'activité de l'agence de voyages et de tourisme consiste à offrir à la clientèle un ensemble de prestations liées directement ou indirectement au voyage. Les prestations qui sont proposées par l'agence sont les suivantes :

- L'organisation et la vente de voyages, de circuits touristiques et de séjours individuels ou en groupes.
- L'organisation d'excursions et de visites guidées dans les villes et les sites et monuments à caractère touristique, culturel et historique,
- L'organisation des activités de chasse, de pêche et de manifestations artistiques, culturelles et sportives et la tenue de congrès et de séminaire en complément de l'activité de l'agence ou à la demande des organisateurs,
- La mise à la disposition des touristes, d'un service d'interprètes et de guides,
- L'hébergement ou la réservation de chambres dans les établissements hôteliers ainsi que la fourniture des services qui lui sont liés,
- Le transport touristique et la vente de titre de transport de tout ordre selon les conditions et le règlement en vigueur au sein des établissements de transport,
- La vente des billets des spectacles et des manifestations à caractère culturel sportif ou autres ;
- L'accueil et l'assistance des touristes durant leurs séjours,
- L'accomplissement, pour le compte des clients, des formalités d'assurance pour toute forme de risques qui découlent de leur activité touristique,
- La représentation d'autres agences locales ou étrangères en vue de fournir en leur nom et lace les différents services,
- La location de voitures avec ou sans chauffeur ainsi que le transport de bagages, la location de caravanes et autres matériels de camping.

Il s'agit donc pour l'agence de définir ses priorités pour orienter ses choix stratégiques parmi toutes ses activités. En effet, l'important est d'avoir un objectif clair et précis dès le départ pour pouvoir baser sa stratégie dessus. Il convient donc de définir l'activité qui

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

constitue le domaine stratégique prioritaire pour se focaliser dessus et allouer des ressources en vue de le développer.

Suggestions à proposer

Le dilemme pour cette entreprise est de s'imposer dans son marché afin de se frayer une place. Etant donné qu'elle se trouve dans une zone caractérisé par une activité touristique plus ou moins forte si on compare aux autres régions du pays. Il lui revient donc d'identifier la principale activité qui pourrait lui fournir un avantage concurrentiel. Dans ce cas il serait sage de miser sur les activités de loisirs qui se pratiquent dans la montagne, et d'essayer de proposer un service de qualité susceptible de répondre aux attentes de la clientèle avec un prix accessible.

Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ

Conclusion

La phase de démarrage de l'entreprise est caractérisée par une myopie qui déforme souvent la conception de la réalité. En effet, le dirigeant durant cette phase se trouve trop accaparé par des solutions immédiates à des problèmes courants et opérationnels (court terme), et il oublie l'aspect stratégique et la prospective (moyen et long terme). Le dirigeant tend souvent à se replier vers lui-même, et focaliser son attention sur cette temporalité. Ce phénomène aggrave les difficultés de démarrage et amoindri la faculté du dirigeant à franchir ce cap souvent fatidique.

Le démarrage d'une entreprise doit donc s'appuyer sur une grille d'analyse qui prend en compte différents aspects : l'aspect commerciale, l'aspect financier, l'aspect organisationnel, l'aspect activités, et l'aspect formation et compétences du dirigeant. Cette analyse peut non seulement servir d'outil d'aide à la réflexion et l'orientation des choix, mais aussi servir de base pour un positionnement concurrentiel et détermination des bases de compétitivité de la jeune entreprise.

C'est dans ce contexte qu'interviennent les structures d'aide et accompagnement à la création comme l'ANSEJ, pour maximiser les chances d'une entreprise à franchir l'étape de vulnérabilité et atteindre sa maturité. D'où l'importance d'opter pour une aide de ces structure en vue maximiser ses chances de survie.



Conclusion générale

Pour assurer le développement et la prospérité de nos régions et localités ainsi que le pays en générale, il est important de propager une culture entrepreneuriale. Cette culture englobe toute les valeurs et convictions partagées, ainsi que les savoir-être et savoir-faire et agir qui orientent plus ou moins consciemment les comportements des personnes, des institutions à l'égard de l'entrepreneuriat. En ce sens, la culture entrepreneuriale peut être assimilée à un environnement propice à l'émergence de l'entrepreneuriat et des valeurs entrepreneuriales (autonomie, créativité, responsabilité innovation, etc. la propagation de ces valeurs permettra d'asseoir, dans la localité ou la région, la légitimité sociale du métier d'entrepreneur et de développer la crédibilité des gens d'affaires et des individus en manifestant ces valeurs. Cette valorisation de la carrière entrepreneuriale est donc essentielle pour pousser les citoyens à considérer cette avenue comme mode de vie et comme gagne-pain. Dans la même optique, cela permettra, très tôt, de rêver de devenir entrepreneur, cette professions étant dorénavant respectée et valorisée dans la société.

La création d'entreprise constitue aujourd'hui une nouvelle tendance chez les jeunes notamment avec les facilités accordées par l'état en matière d'aide et d'accompagnement des initiatives entrepreneuriale. Cette tendance représente chez les jeunes une aubaine pour concrétiser leurs idées et donner libre cours à leur esprit créatif afin d'innover dans leur domaine de compétence. Cela est une bonne chose en soi, mais entraîne bien souvent une espèce de mimétisme chez certaines personnes qui ne sont motivés que par l'image qu'ils peuvent véhiculer en société par leur statut d'entrepreneur. Ça permet en quelque sorte de briller en société. Il revient donc pour les institutions chargées de l'accompagnement des initiatives entrepreneuriales de revoir leur politique de sélection des profils d'entrepreneurs afin de limiter le taux de mortalité de ces jeunes entreprises

La place de l'entrepreneur dans la société algérienne demeure ambiguë et quelque peu contradictoire. En effet, si une partie de la société reconnaît à l'entrepreneur une place d'acteur privilégié au service de la communauté vu son apport à l'enrichissement de la nation, l'autre partie n'hésite pas à le descendre en flammes en le qualifiant de parasite, ou trafiquant corrompu. Ceci est probablement dû à la confusion qui domine dans la société, entre homme riche, fortune illégitime, et entrepreneur, puisque le lien est vite fait entre les deux. Cette situation est la conséquence des scandales de corruption impliquant des chefs d'entreprises et fonctionnaires et hauts responsables politique, qui finit par marquer l'esprit des gens et les amène à établir des raccourcis dans leurs interprétations des faits.

Notre travail a mis en avant l'analyse de la manière de planifier un projet de création d'entreprise en matière de recensement des ressources financières nécessaire pour la mise en œuvre de la stratégie de l'entreprise. Il est évident qu'en générale, la cause de la mort de la plupart des entreprises au stade embryonnaire est due l'engagement d'un processus inefficace ou non réfléchi.

L'analyse du montage financier du projet que l'on vient de traiter, et l'analyse des résultats prévisionnel de son plan d'affaire nous permet de manière générale de conclure qu'il possède un bon potentiel de développement qu'il doit à certains point forts que présente l'agence, comme sa situation géographique lui permettant de proposer des produits touristiques adaptés

Conclusion générale

à la demande du marché. Cependant, il existe des menaces dans l'environnement de l'entreprise qui peuvent affecter négativement sa prospérité. Ces menaces peuvent concerner l'instabilité politique du pays qui risque d'engendrer un climat d'inquiétude très défavorable à l'épanouissement du secteur touristique.



Bibliographie

Ouvrages

- BOUTILLIER, Sophie. UZUNIDIS, Dimitri. « L'entrepreneur : une analyse socio-économique ». Paris : Edition Economica, 1995.
- DAHAK, Abedennour. KARA, Rabah. « Du choix du sujet à la soutenance ». Tizi-Ouzou : Editions El-Amel ,2015.
- FAYOLLE, Alain. « Entrepreneuriat : Apprendre à entreprendre ».Paris : Dunod, 2004.
- JANSSEN, Frank. « Entreprendre une introduction à l'entrepreneuriat : petites entreprises & entrepreneuriat ». 1^{er} éd. Paris : Editions De Boeck Université, 2009.
- JULIEN. Pierre-André. MARCHESNAY, Michel. « L'entrepreneuriat ». Paris : Edition Economica, 1996.
- HENRI, Capron. « Entrepreneuriat et création d'entreprise ». 1^{er} éd. Paris : Edition de Boeck Université, 2009.
- HERNANDEZ, Emile-Michel. « L'entrepreneur : une approche par les compétences ». Editions Ems, 2010.
- HERNANDEZ, Emile-Michel. « Le processus entrepreneurial vers un modèle stratégique ».Paris : Editions Harmattan, 1999.
- HERNANDEZ, Emile-Michel. MARCO, Luc. « Entrepreneur et décision : de l'intention à l'acte ». Paris : Editions ESKA, 2006.
- LEROY, Frédéric. « Les stratégies de l'entreprise ». 2^e éd. Paris : Dunod, 2004.
- MELBOUCI, Belhout Leila. « Economie de l'entreprises algérienne ».Alger : Edition AL Amel, 2009.
- MARCHESNAY, Michel. « Gestion de la PME-PMI ». Paris : Edition Nathan, 1997.
- MARCHESNAY, Michel. MESSGHEM, Karim. « Cas de stratégie de PME et d'entrepreneuriat ». Paris : Edition EMS, 2011.
- LAKHELEF, Brahim. « Création et gestion d'entreprise ». Alger : Edition Grand-Alger-Livre (Algérie-Livres), 2009.

Articles et Revues

- BOUZAR, C. « PME, PMI en Algérie : contraintes, soutien Etatique et impact sur l'emploi », Revue emploi et entrepreneuriat dans les pays en transition n°15, p.5.
- Dr. AKNINE SOUIDI, Rosa. Pr. FERFERA, M. Yacine. « Entrepreneuriat et création d'entreprise en Algérie : une culture à partir des dispositifs de soutien et d'aide à la création des entreprises ». Revue des Sciences Economique et de Gestion, 2014 n°14, p 70.

- LAIB, Yassine. BENEREDJEM, Rédha. « Evaluation des méthodes de promotion de l'entrepreneuriat en Algérie », la Revue des Sciences de Gestion ,2017/5 n° 287-288. P.140.
- MOUMOU, Ouerdia. « Les déterminants et les obstacles des PME familiales algériennes », Revue algérienne de perspective et d'études stratégiques, vol 1 n°1, Janvier, Mars, 2016, p.76.
- SEKIOU, Anwar. BOUHALA, Amine. BOUZIDI, Narimane. « Entrepreneuriat en Algérie Réalité et Perspective ».2017, p.290.291.
- SI LEKHAL, Karim. KORACHI, Youcef. GABOUSSA, Ali. « Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspectives »2003, p.44.
- VERSTRAETE, Thierry., FAYOLLE, Alain. Paradigmes et entrepreneuriat, Revue de l'entrepreneuriat, vol 4.n°1,2005, p.32-36. Disponible sur http://www.asso.nordnet.fr/r-e/RE0401tv_af.pdf. Consulté avril 2019.

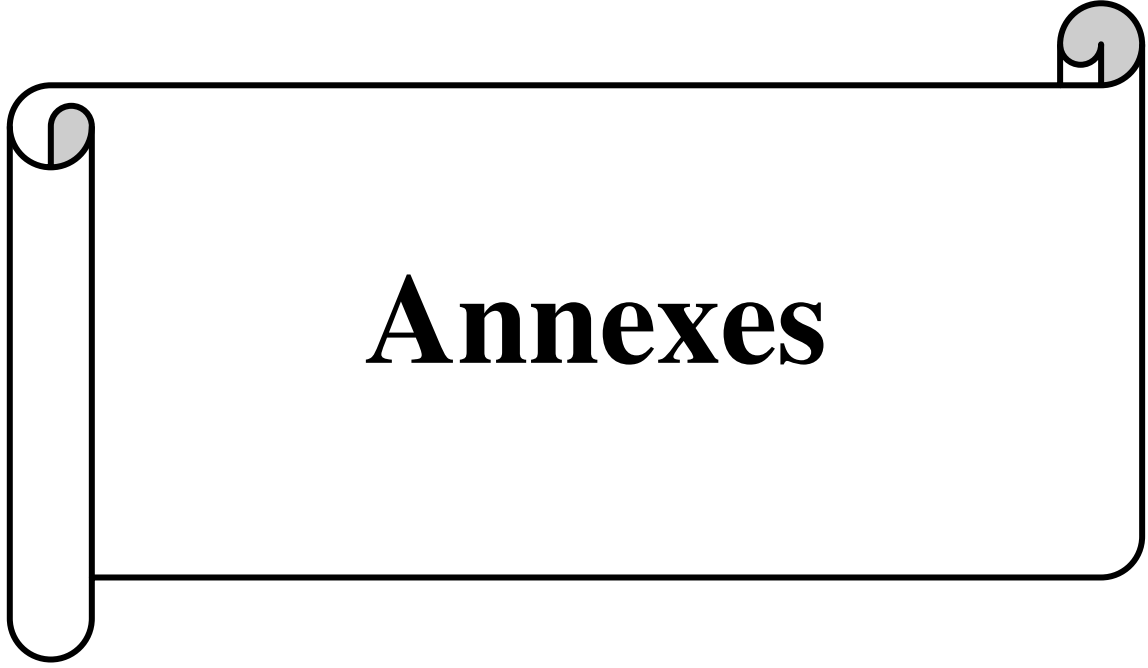
Autres documents

- BARRAH, Kafia. BOUKRIF, Moussa. « La problématique de la création des entreprises : une application sur les PME algériennes », conférence internationale sur l'économie et gestion des réseaux, Université Ibn Zohr et Hôtel de Robinson Agadir, Maroc Novembre 21-23,2013, p.06.
- BENMANSOUR, A., LACHACHI, M., Quelle place occupe la loi 90/10 dans la politique monétaire Algérienne Université de Tlemcen.
- BRUYAT, Christian. « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation ».thèse de doctorat en sciences de gestion. Université Pierre Mendès-France- Grenoble II, 1993. P.92. format PDF.
- FILALI, Sarra. YUCEFI, Rachid. «Compétitivité et contrainte de développement des PME en Algérie », p.10. Format PDF
- Guide fiscal du jeune promoteur d'investissements, édition 2018, p10. Format PDF.
- Guide du créateur d'entreprise « Décret exécutif n°04-02 du 3 janvier 2004 fixant les conditions et les niveaux des aides accordées aux chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50 ans modifié et complété »p.8.
- Guide du créateur d'entreprise. « Décret exécutif n°11 du 22 mars 2011 modifiant et complétant le décret exécutif n° 04-15 du 22 janvier 2004 fixant les conditions et le niveau d'aide accordée au bénéficiaires du micro crédit ».p.6.

- Recueil des textes législatif et règlementaires « Dispositif de soutien à l'emploi des jeunes ». Selon l'article n°1 du Décret exécutif n° 98-231 du 19 Rabie El AOUEL 1419 correspondant au 13 juillet 1998, décret exécutif n°03-288 du 9 Rajab 1424 C=correspondant au 6 septembre 2003, décret exécutif n°11-102 du Aouel Rabie Ethani 1432 correspondant au 6 mars 2011. Novembre 2011, p.30.

- VERSTRAETE, Thierry. FAYOLLE, Alain. « Quatre paradigme pour cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat » 7^{ème} CIFEPME, octobre 2004, Montpellier. P.1. Format PDF.

- VERSTRAETE, Thierry. « Proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat », éditions de l'ADREG, décembre 2003, p.38. Disponible sur : <http://asso.nordnet.fr/adreg>. Consulté avril 2019.



Annexes

Projet éligibles en 2015¹

Projet éligible répartis par secteur d'activité				
	Nombre		Emplois prévus	
	Homme	Femme	Homme	Femme
Agriculture	74	8	184	23
Service	73	22	218	61
BTPH	213	2	559	5
Industrie	109	20	307	58
Artisanat	27	7	70	18
Profession libérale	57	63	140	154
Maintenance	44	5	112	13
Total	597	127	1590	332

Projets créés en 2015

Projets créés réparties par secteur d'activité				
	Nombre		Emplois prévus	
	Homme	Femme	Homme	Femme
Agriculture	217	18	603	55
Service	194	35	469	102
BTPH	421	9	1662	35
Industrie	210	49	620	156
Artisanat	46	12	127	37
Profession libérale	65	87	182	223
Maintenance	70	1	195	4
Total	1223	211	3358	612

¹ Données recueillis au sein de l'organisme d'accueil.

Projets éligibles en 2016¹

Projets éligibles répartis par secteur d'activité				
	Nombre		Emplois prévus	
	Homme	Femme	Homme	Femme
Agriculture	37	8	87	21
Service	28	15	63	55
BTPH	58	8	162	29
Industrie	37	12	109	37
Artisanat	6	1	15	2
Profession libérale	7	20	20	47
Maintenance	8	1	24	2
Total	181	65	480	193

Projets créés en 2016

Projets créés répartis par secteur d'activité				
	Nombre		Emplois prévus	
	Homme	Femme	Homme	Femme
Agriculture	65	6	164	14
Service	72	16	189	40
BTPH	114	6	310	14
Industrie	72	12	190	34
Artisanat	13	7	35	18
Profession libérale	28	38	67	89
Maintenance	22	2	56	5
Total	387	87	1011	214

¹ Données recueillies au sein de l'organisme d'accueil.

Projets éligibles en 2017¹

Projets éligibles réparties par secteur d'activité				
	Nombre		Emplois prévus	
	Homme	Femme	Homme	Femme
Agriculture	3	3	6	8
Service	17	11	45	30
BTPH	33	4	94	12
Industrie	30	8	84	30
Artisanat	2	1	6	3
Profession libérale	20	14	49	34
Maintenance	7	0	15	0
Total	112	41	299	117

Projets créés en 2017

Projets créés réparties par secteur d'activité				
	Nombre		Emplois prévus	
	Homme	Femme	Homme	Femme
Agriculture	28	2	62	5
Service	25	12	88	30
BTPH	49	5	136	16
Industrie	41	10	124	29
Artisanat	3	1	8	3
Profession libérale	14	21	33	50
Maintenance	10	1	24	2
Total	170	52	481	135

¹ Données recueillis au sein de l'organisme d'accueil.

Projets éligibles en 2018¹

Projets éligibles répartis par secteur d'activité				
	Nombre		Emplois prévus	
	Homme	Femme	Homme	Femme
Agriculture	7	1	14	9
SERVICES	28	12	66	39
BTPH	48	6	149	10
Industrie	32	13	98	38
Artisanat	5	1	15	2
Profession libérale	33	54	81	126
Maintenance	12	1	32	3
Total	165	88	455	227

Projets créés en 2018

Projets créés répartis par secteur d'activité				
	Nombre		Emplois prévus	
	Homme	Femme	Homme	Femme
Agriculture	7	3	15	8
Service	21	8	65	27
BTPH	39	2	116	7
Industrie	22	11	63	32
Artisanat	1	2	3	4
Profession libérale	15	31	35	76
Maintenance	10	1	21	4
Total	115	58	318	158

¹ Données recueillis au sein de l'organisme d'accueil.

Tableau du compte de résultat¹

	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5	Année 6	Année 7	Année 8
Ventes marchandise								
Marchandises consommées								
Marges brute	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Production vendue	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Prestations fournies	7 007 000,00	7 707 700,00	8 478 470,00	9 326 317,00	10 258 948,70	11 284 843,57	12 413 327,93	13 654 660,72
Matières et fourniture consommées	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Services	730 000,00	759 200,00	789 568,00	821 150,72	853 996,75	888 156,62	923 682,88	960 360,20
Transport	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Loyers charges locatives	480 000,00	499 200,00	519 168,00	539 934,72	561 532,11	583 993,39	607 353,13	631 647,25
Entretien et réparation	240 00,00	249 600,00	259 584,00	269 967,36	280 766,05	291 996,70	303 676,56	315 823,63
Autres services	10 000,00	10 400,00	10 816,00	11 248,64	11 698,59	12 166,53	12 653,19	13 159,32
Valeur ajoutée	6 277 000,00	6 948 500,00	7 688 902,00	8 505 166,28	9 404 951,95	10 396 686,95	11 489 645,04	12 694 030,52
Frais de personnel	5 443 200,00	5 552 064,00	5 663 105,28	5 766 367,39	5 891 894,73	6 009 732,63	6 129 927,28	6 252 525,83
Frais divers	78 883,91	27 526,91	26 305,61	25 206,45	21 154,41	17 201,29	13 337,21	9 553,26
Assurances	13 569,97	12 212,97	10 991,68	9 892,51	8 903,26	8 012,93	7 211,64	6 490,47
Autres frais	65 313,94	15 313,94	15 313,94	15 313,94	12 251,15	9 188,36	6 125,58	3 062,79
Droit de douanes	0,00	0,0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Amortissements	578 374,11	578 374,11	578 374,11	578 374,11	578 374,11	578 374,11	578 374,11	578 374,11
Charges d'exploitation	6 100 458,02	6 157 965,02	6 267 785,01	6 379 947,94	6 491 423,25	6 605 308,03	6 721 638,61	6 840 453,20
Résultat brut d'exploitation	176 541,98	790 534,98	1 421 116,99	2 125 218,34	2 913 528,70	3 791 378,98	4 768 006,44	5 853 577,32
IFU	0,00	0,00	0,00	106 260,92	145 676,43	189 568,95	238 400,32	292 678,87
Résultat net d'exploitation	176 541,98	790 534,98	1 421 116,99	2 018 957,42	2 767 852,26	3 601 809,97	4 529 606,12	5 560 898,45
Cash flow net	754 916,09	1 368 909,09	1 999 491,11	2 597 331,53	3 346 226,37	4 180 184,08	5 107 980,23	6 139 272,57
Cash flow cumulés	754 916,09	2 123 825,18	4 123 316,29	6 720 647,82	10 066 874,19	14 247 058,27	19 355 038,50	25 494 311,07
Cash flow actualisés	705 529,06	1 195 685,21	1 632 180,34	1 981 491,79	2 385 813,16	2 980 413,48	3 641 919,31	4 377 216,49
VAN	12 649 634,72							

¹ Données recueillis au sein de l'organisme d'accueil.

Bilan prévisionnel¹

ACTIF	1 ^{ère} année			2 ^{ème} année		
	Brut	Amorti	Net	Brut	Amortis	Net
2- Investissements	5 950 587,12	578 374,11	5 372 213,01	5 950 587,12	1 156 748,22	4 793 838,90
Cotisations fonds de garantie	91 883,63	13 376,73	73 506,90	91 883,63	36 753,45	55 130,18
Assurances	13 569,97	2 713,99	10 855,98	13 569,97	5 427,99	8 141,98
Frais préliminaires	50 000,00	10 000,00	40 000,00	50 000,00	20 000,00	30 000,00
Equipements de production	4 183 635,52	418 363,65	3 765 271,97	4 183 635,52	836 727,10	3 346 908,42
Cheptel	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Outillages	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipement roulant	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Matériels de bureau	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Matériels informatiques	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Aménagement	1 611 498,00	128 919,84	1 482 578,16	1 611 498,00	257 839,68	1 353 658,32
Autres	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3- Stocks			0,00			0,00
Matières et fournitures						
4- Créances			1 054 916,09			2 247 283,20
Caisse			316 474,83			674 184,96
Banque			738 441,26			1 573 098,24
Frais de location			0,00			0,00
TOTAL			6 427 129,10			7 041 122,10
PASSIF						
1-Fonds propres			125 011,74			125 011,74
Résultat en instance d'affectation						
5-Dettes d'investissement						
Emprunts bancaires			4 375 410,98			4 375 410,98
Autres emprunts (ANSEJ)			1 750 164,39			1 750 164,39
Dettes fournisseurs						
Dettes à court terme						
Détention autre compte			0,00			0,00
Dettes d'exploitation			0,00			0,00
RESULTATS			176 541,98			790 534,98
TOTAL			6 427 129,10			7 041 122,10

¹ Données recueillis au sein de l'organisme d'accueil.

ACTIF	3 ^{ème} année			4 ^{ème} année		
	Brut	Amorti	Net	Brut	Amorti	Net
2-investissement	5 950 587,12	1 735 122,34	4 215 464,78	5 950 587,12	2 313 496,45	3 637 090,67
Cotisation fonds de garantie	91 883,63	55 130,18	36 753,45	91 883,63	73 506,90	18 376,73
Assurances	13 569,97	8 141,98	5 427,99	13 569,97	10 855,98	2 713,99
Frais préliminaires	50 000,00	30 000,00	20 000,00	50 000,00	40 000,00	10 000,00
Equipements de production	4 183 635,52	1 255 090,66	2 928 544,86	4 183 635,52	1 673 454,21	2 510 181,31
Cheptel	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Outillages	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipment roulant	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Matériels de bureau	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Matériels informatiques	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Aménagement	1 611 498,00	386 759,52	1 224 738,48	1 611 498,00	515 679,36	1 095 818,64
Autres	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3- Stocks			0,00			0,00
Matières et fournitures						
4- Créances			3 456 239,33			4 632 453,87
Caisse			1 036 871,80			1 389 736,16
Banque			2 419 367,53			3 242 717,71
Frais de location			0,00			0,00
TOTAL			7 671 704,11			8 269 544,54
PASSIF						
1-Fonds propres			125 011,74			125 011,74
Résultat en instance d'affectation						
5- Dettes d'investissement						
Emprunts bancaires			4 375 410,98			4 375 410,98
Autres emprunts (ANSEJ)			1 750 164,39			1 750 164,39
Dettes fournisseurs						
Dettes à court terme						
Détention pour compte			0,00			0,00
Dettes d'exploitation			0,00			0,00
RESULTATS			1 421 116,99			2 018 957,42
TOTAL			7 671 704,11			8 269 544,54

ACTIF	5 ^{ème} année			6 ^{ème} année		
	Brut	Amorti	Net	Brut	Amorti	Net
2-Investissement	5 950 587,12	2 891 870,56	3 058 716,56	5 795 133,52	3 283 700,35	2 511 433,17
Cotisation fonds de garantie	91 883,63	91 883,63	0,00	0,00	0,00	0,00
Assurances	13 569,97	13 569,97	0,00	0,00	0,00	0,00
Frais préliminaires	50 000,00	50 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipements de production	4 183 635,52	2 091 817,76	2 091 817,76	4 183 635,52	2 510 181,31	1 673 454,21
Cheptel	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Outillages	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipment roulant	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Matériels de bureau	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Matériels informatiques	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Aménagement	1 611 498,00	644 599,20	966 898,80	1 611 498,00	773 519,04	837 978,96
Autres	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3- Stocks			0,00			0,00
Matières et fournitures						
4- Créances			5 084 640,63			7 549 888,01
Caisse			1 525 392,19			2 264 966,40
Banque			3 559 248,44			5 284 921,61
Frais de location			0,00			0,00
TOTAL			8 143 357,19			10 061 321,18
PASSIF						
1-Fonds propres			125 011,74			125 011,74
Résultat en instance d'affectation						
5- Dettes d'investissement						
Emprunts bancaires			3 500 328,79			2 625 246,59
Autres emprunts (ANSEJ)			1 750 164,39			1 750 164,39
Dettes fournisseurs						
Dettes à court terme						
Détention pour compte			0,00			0,00
Dettes d'exploitation			0,00			0,00
RESULTATS			2 767 852,26			5 560 898,45
TOTAL			8 143 357,19			10 061 321,18

Annexe 6

ACTIF	7 ^{ème} année			8 ^{ème} année		
	Brut	Amorti	Net	Brut	Amorti	Net
2-Investissement	5 795 133,52	3 830 983,74	1 964 149,78	5 795 133,52	4 378 267,14	1 416 866,38
Cotisation fonds de garantie	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Assurances	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Frais préliminaires	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipements de production	4 183 635,52	2 928 544,86	1 255 090,66	4 183 635,52	3 346 908,42	836 727,10
Cheptel	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Outillages	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipment roulant	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Matériels de bureau	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Matériels informatiques	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Aménagement	1 611 498,00	902 438,88	709 059,12	1 611 498,00	1 031 358,72	580 139,28
Autres	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3- Stocks			0,00			0,00
Matières et fournitures						
4- Créances			1 661 190,75			1 333 391,95
Caisse			498 357,23			400 017,58
Banque			1 162 833,53			933 374,36
Frais de location			0,00			0,00
TOTAL			3 625 340,53			2 750 258,33
PASSIF						
1-Fonds propres			125 011,74			125 011,74
Résultat en instance d'affectation						
5- Dettes d'investissement						
Emprunts bancaires			1 750 164,39			875 082,20
Autres emprunts (ANSEJ)			1 750 164,39			1 750 164,39
Dettes fournisseurs						
Dettes à court terme						
Détention pour compte			0,00			0,00
Dettes d'exploitation			0,00			0,00
RESULTATS			0,00			0,00
TOTAL			3 625 340,53			2 750 258,33

Questionnaire

Identification de l'entrepreneur

Q1 : Etes-vous ?

- Homme
- Femme

Q2 : A quelle tranche d'âge appartenez-vous ?

- Moins de 20 ans
- Entre 20 et 25 ans
- Entre 25 et 30 ans
- Entre 30 et 35ans
- Entre 35ans et 40 ans

Q3 : Quel est votre niveau de scolarisation ?

- Etudes supérieurs
- Formation professionnelles
- Secondaire
- Moyen
- Primaire
- Sans instruction

Identification de l'entreprise

Q4 : Dans quel secteur votre activité ?

- Agriculture
- Artisanat
- Industrie

Profession libérale

Service

Autre

Q5 : Quel est votre statut juridique ?

Entreprise Individuelle

Société en Nom Collectif (SNC)

Société Par Action (SPA)

Société à Responsabilité Limitée (SARL)

Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée (EURL)

Autre

Q6 : Quel est la taille de votre entreprise ?

Très Petites Entreprise

Petite et Moyenne Entreprise

Grande Entreprise

Autre

Q7 : Quel est votre chiffre d'affaire annuel ?

Moins de 200 000 DA

Entre 1000 000 DA et 1500 000 DA

Entre 200 000 DA et 500 000 DA

Entre 1500 000 DA et 2000 000 DA

Entre 500 000 DA et 800 000 DA

Plus de 2000 000 DA

Entre 800 000 DA et 1000 000 DA

Q8 : Combien d'employé avez-vous ?

Moins de 5 employés

entre 20 et 50 employés

Entre 5 et 9 employés

entre 50 et 100 employés

Entre 10 et 20 employés

plus de 100 employés

Procédures engagées pour l'élaboration d'une stratégie entrepreneuriale

Q9 : Quelle ont été vos motivations pour créer une entreprise ?

- La volonté d'être indépendant
- Une opportunité de créer sa propre richesse
- Le goût d'entreprendre, et de relever de nouveaux défis
- La nécessité de créer son propre emploi
- Une idée personnelle
- Un entourage composé d'entrepreneurs
- Un environnement familial propice à ce style de vie
- Autre

Q10 : comment avez-vous déterminé le choix de votre activité ?

- Des conseils du dispositif sollicité
- Des conseils des amis ou de la famille
- Une évaluation ses opportunités présente dans l'environnement
- Du diplôme acquis
- Expérience antérieure dans le domaine
- Autre si c'est autre précisé

Q11 : Avez-vous eu une expérience antérieure avant de créer une entreprise dans cette activité ?

- Oui
- Non

Q12 : avez-vous cherché conseil auprès d'un spécialiste ou d'une personne expérimenté ?

- Oui
- Non

Q13 : avez-vous établie un plan de financement lors de la création de votre entreprise ?

Oui

Non

❖ **A combien avez-vous estimé le coût de votre projet ?**

- Terrains :
- Equipements et ameublement :
- Immobilisations :
- Véhicules :
- Rénovation :
- Autres faits de démarrage (comptabilité, loyer, fournitures...etc.)

❖ **A combien avez-vous estimé les ressources pour le financement du projet ?**

- Apport personnel :
- Emprunt bancaire :
- Prêt non rémunéré (ANSEJ) :

Q14 : Comment avez-vous estimé votre projet au départ ?

Prometteur

Peur prometteur

Très prometteur

Q15 : avez-vous effectué une étude de marché avant de créer votre entreprise ?

Oui

Non

Si oui, comment avez-vous procédé ?

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

Q15 : Y'avait-il des concurrents sur le marché lors de la création de votre entreprise ?

Oui

Non

Très peu

Beaucoup

Q16 : Quel type de clientèle avez-vous visé au départ ?

.....
.....

Q17 : Qui sont vos fournisseurs ?

.....
.....

Difficultés rencontrées lors de la création

Q 18 : Quelles sont les difficultés que vous avez rencontrées tout au long de la création de votre entreprise ?

- Fixer le prix de votre produit
- Etablir des contrats avec la clientèle
- Non maîtrise des outils de gestion

Q 19 : avez-vous trouvé facilement un local adéquat avec votre entreprise ?

- Oui
- Non

Si oui, quelles sont ces difficultés ?

.....
.....

Q20 : Avez-vous le personnel qualifié ?

- Oui
- Non

Si c'est non, Quel genre de difficultés avez-vous rencontré ?

.....
.....

Q21 : la Banque était-elle réticente à l'idée de vous débloquer un crédit ?

- Oui
- Non
- Elle a exigé des conditions particulières

Expliquez :

.....
.....

Q22 : Quelles sont les difficultés que vous avez rencontré lors de votre étude de marché ?

- Des clients dispersés géographiquement
- Tarifs proposés ne répondent pas au pouvoir d'achat
- Situation socioculturelle



Table Des Matières

Table des matières

Introduction générale.....	1
Chapitre I : entrepreneuriat et création d'entreprise.....	6
Introduction	7
Section 01 : Genèse et fondement de l'entrepreneuriat	8
I-1-1 Les approches et les paradigmes de l'entrepreneuriat	8
I-1-1-1 Les approches de l'entrepreneuriat	10
I-1-1-2 Les paradigmes de l'entrepreneuriat	10
I-1-2 Les motivations et caractéristiques de l'entrepreneuriat	11
I-1-2-1 Notion de l'entrepreneur	11
I-1-2-2 Les motivations de l'entrepreneur	122
I-1-2-3 Les caractéristiques de l'entrepreneur	14
I-1-2-3-1 Caractéristiques démographiques	144
I-1-2-3-2 Caractéristiques psychologiques	144
I-1-3 Les stratégies entrepreneuriales	16
Section 02 : Formes de l'entrepreneuriat et création d'entreprise	20
I-2-1 Définition de la création d'entreprise	20
I-2-1-1 Typologie des entreprises.....	20
I-2-1-1-1 Notions générales.....	21
I-2-1-1-2 Classification des entreprises	21
I-2-2 Les formes de l'entrepreneuriat	25
I-2-2-1 La création d'entreprise.....	25
I-2-2-2 La reprise d'entreprise.....	25
I-2-2-3 L'intrapreneuriat	276
I-2-3 Les étapes de créations	Erreur ! Signet non défini. 6
I-2-3-1 L'étude du projet	Erreur ! Signet non défini. 6
I-2-3-2 La recherche de l'information.....	Erreur ! Signet non défini. 6
I-2-3-3 L'étude de marché.....	Erreur ! Signet non défini. 7
I-2-3-4 L'étude technique	31
I-2-3-5 Le plan marketing.....	32
Conclusion.....	34
Chapitre II : L'entrepreneuriat en Algérie	35
Introduction	36
Section 01 : Le climat des affaires en Algérie	37
II-1-1 Historique et évolution de l'entrepreneuriat en Algérie.....	37
II-1-1-1 L'entrepreneur de l'Algérie indépendante (les décennies 1960 à 1970).....	37

II-1-1-2 Les décennies 1980-1990 : l'essor de l'entreprise privée	38
II-1-1-3 L'entrepreneur de l'Algérie en transition vers l'économie de marché.....	38
II-1-2 Organismes spécialisés dans le soutien et la promotion des pme	39
II-1-3 Aperçu général sur le dispositif ANSEJ.....	477
II-1-3-1 Présentation et définition de l'ANSEJ	47
II-1-3-2 Conditions d'éligibilité	48
II-1-3-3 Objectifs et missions de l'ANSEJ	48
II-1-3-4 Organisation et structure de l'ANSEJ.....	50
II-1-3-5 Ressources et dépenses de l'ANSEJ.....	52
II-1-3-6 Organismes financiers de l'agence	53
Section 02 : Les contraintes entrepreneuriales en Algérie	555
II-2-1 Les contraintes socio-économiques de l'environnement	555
II-2-1-1 Les contraintes géographiques	555
II-2-1-2 Les contraintes d'ordres administratifs et judiciaires	56
II-2-1-3 La contraintes d'information.....	57
II-2-2 Les contraintes liées aux partenaires socio-économiques	577
II-2-2-1 Les contraintes financières.....	578
II-2-2-2 Les contraintes relatives aux marchés de travail.....	58
II-2-3 Les contraintes incitatives	59
II-2-3-1 Les contraintes économiques	59
II-2-3-2 Les contraintes technologiques	60
Conclusion.....	61
Chapitre III : Montage financier d'un projet financé par l'ANSEJ.....	62
Introduction	63
Section 01 : Les procédures de création d'entreprises	64
III-1-1 Montage financier et les avantages fiscaux d'un projet	64
III-1-1-1 Types de financement.....	64
III-1-1-2 Les aides financières et les avantages fiscaux	67
III-1-1-3 Remboursement.....	67
III-1-1-4 Investissement d'extension	68
III-1-2 Etapes de création d'une entreprise	69
III-1-2-1 La naissance de l'idée de projet.....	69
III-1-2-2 Soumission du dossier par le promoteur	69
III-1-2-3 Etude du projet	70

Table des matières

III-1-3 Données statistiques sur l'activité de l'ANSEJ	75
Section 02 : Etude d'un projet de création d'entreprise financé par l'ANSEJ	79
III-2-1 Présentation de l'activité touristique en Algérie	79
III-2-1-1 Présentation de l'organisme d'accueil	78
III-2-1-2 Méthodologie et organisation de la recherche	79
III-2-1-2-1 Le choix du terrain d'application	80
III-2-1-2-2 Méthode d'étude de cas	82
III-2-2 Projet de création d'une agence de tourisme et voyage via L'ANSEJ	82
III-2-2-1 Dépôt de dossier	82
III-2-2-2 Etude de projet	82
III-2-3 Domaines d'activité stratégiques de l'agence de tourisme Hop & Go	92
Conclusion	94
Conclusion générale	95
Bibliographie	99
Annexes	8003
Listes des abréviations	119
Listes des figures	121
Listes des tableaux	122
Table Des Matières	8023

Résumé

L'entrepreneuriat joue un rôle important pour assurer le développement et la prospérité d'une économie, par sa contribution à la création de la richesse et l'amélioration des conditions sociales notamment, par la création de l'emploi.

L'objet de ce travail est de faire le rapprochement entre stratégies entrepreneuriales et Montage financier pour la mise en place de cette dernière. L'accent est mis sur la phase de démarrage d'un projet de création d'entreprise en termes de planification et prévisions (plan d'affaire, et étude de marché).

Pour atteindre l'objectif de la recherche, ce travail se penche sur l'étude d'un cas de création d'une entreprise financée par le dispositif ANSEJ. Cette entreprise en question, opère dans le secteur du tourisme.