

Université mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et
des Sciences de Gestion



Département des Sciences de gestion

Mémoire de Fin d'étude

*En vue de l'obtention du Diplôme de Master en Sciences de Gestion
Spécialité : Management public*

Thème

*L'entrepreneuriat et les stratégies de création
d'entreprise en Algérie.*

Cas ANDI Tizi-Ouzou.

Présenté par :

➤ **Mr. Masrour Sid Ahmed**

Encadré par :

Mr. Kehri. S

Devant le jury :

- | | | |
|--|------|--------|
| • President : M ^r OUALIKANE Selim. | MCB. | UMMTO. |
| • Examineur : M ^r ABIDI Mohamed. | Pr. | UMMTO |
| • Rapporteur : M ^r . Kehri. Samir. | MAA. | UMMTO |

Promotion 2021-2022

Remerciements

En tout premier lieu, je remercie le bon Dieu, tout puissant, de m'avoir donné la force et l'audace pour dépasser toutes les difficultés et de m'avoir permis de mener à bien ce travail.

La première personne que je tiens à remercier très chaleureusement est mon encadreur, Mr Kehri Samir, d'avoir accepté à encadrer ce modeste travail, je le remercie pour ses qualités d'encadrement, ses compétences, sa disponibilité, sa patience et son soutien accordés tout au long de ce travail et sans lequel ce travail n'aurait pas pu être mené au bon port.

Mes remerciements s'étendent également aux membres du jury, pour leurs contributions scientifiques lors de l'évaluation de ce modeste travail. Qu'ils trouvent ici Ma sincère reconnaissance.

Je tiens à remercier le personnel de l'ANDI pour leur écoute et leur disponibilité.

Mes remerciements les plus sincères à mes très chers parents pour leur soutien permanent.

Toutes les personnes qui ont contribué de prêt et de loin à la réalisation de ce travail.

Dédicace

Je dédie ce mémoire :

A mes très chers parents

Ce travail est le résultat de l'esprit de sacrifice dont vous avez fait preuve, de l'encouragement et le soutien que vous ne cessez de manifester.

A mes chers frères et sœurs, pour leur appui et leur encouragement,

A toute ma famille pour leur soutien tout au long de mon parcours universitaire,

Aux personnes qui m'ont toujours soutenu, mes aimables amis en particulier Adel, Walid, Amer Merabti, Merzok et Meriem.

A mon amie Dibia qui ma aidé et encouragé tout au long de mon parcours.

Sid Ahmed

Liste des tableaux

❖ **Liste des tableaux**

Tableau n°01 : Caractéristiques et qualités d'entrepreneur.

Tableau n°02 : Nombre de projets et d'emplois déclarés du 01/01/2010 au 31/12/2019.

Tableau n°03 : Nombre de projets et d'emplois déclarés du 01/01/2010 au 31/12/2016.

Tableau n°04 : Nombre de projets déclarés et d'emplois créés par secteur au S1/2019.

Tableau n °05 : Nombre de projets et d'emplois générés par type d'investissement.

Liste des abréviations

❖ Liste des abréviations

Abréviation	Signification
PME	Petite et moyenne entreprise
PIC	Pérennité, Indépendance, Croissance.
CAP	Croissance, Autonomie, Pérennité.
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats.
FMI	Fonds Monétaire International.
APSI	Agence de promotion et de soutien à l'investissement.
ANSEJ	Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes.
PDG	Président-Directeur général.
TPE	Très petite entreprise.
ANDI	Agence nationale de développement industriel.
CNI	Commission Nationale des Investissements.
AGI	autorisations globales d'importations.
CGCI	la caisse de garantie des crédits d'investissement.
ANDPME	Agence nationale de développement de la PME.
GUD	Guichet Unique Décentralisé.
ANADE	Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat.
CNAC	Caisse Nationale d'Allocation Chômage.
ANGEM	L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit.
ANEM	Agence Nationale de l'emploi de jeune.
AT CI	Le système de télé-compensation.
RTGS	Système de paiement de gros montant.
SATIM	Société d'automatisation des transactions interbancaire.
SWIFT	Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication
BNA	Banque nationale d'Algérie.

Sommaire

Sommaire

<i>Introduction générale.</i>	01
-------------------------------	----

Chapitre I : L'entrepreneur, principal acteur de l'entrepreneuriat

Introduction	04
Section 1 : Aperçu théorique de l'entrepreneur	05
Section 2 : Les motivations de l'entrepreneur à l'égard de l'entrepreneuriat	16
Conclusion.	22

Chapitre II : L'acte fondamental de l'entrepreneuriat : la création d'entreprise

Introduction	23
Section 1 : Concepts de base de l'entrepreneuriat	24
Section 2 : Les stratégies de création d'entreprise	29
Conclusion	38

Chapitre III : La dynamique entrepreneuriale en Algérie

Introduction	39
Section 1 : L'essor de l'entrepreneuriat en Algérie	40
Section 2 : Les dispositifs et les structures d'aide et d'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie	53
Conclusion	63

Chapitre IV : Etude de cas pratique au niveau de l'ANDI

Introduction	64
Section 1 : Présentation de l'organisme d'accueil	65
Section 2 : Interprétation des résultats	73
Conclusion	80

<i>Conclusion générale.</i>	81
-----------------------------	----

Bibliographie.

Introduction Générale

Introduction générale

L'esprit de l'entreprise désigne l'aptitude à passer de l'idée à l'action, il suppose de la créativité, de l'innovation ainsi que la capacité de programmer et de gérer des projets en vue de la création de valeur. L'entrepreneuriat est devenu aujourd'hui un enjeu majeur pour la quasi-totalité des pays, l'ensemble des avantages qu'il génère justifie énormément l'intérêt croissant qu'il suscite, création d'emploi, renouvellement du tissu économique ou création de richesses,

L'entrepreneuriat se lie avec un personnage disposant une volonté individuelle d'entreprendre : « l'entrepreneur ». C'est avec les travaux de J. Schumpeter que l'entrepreneur a connu une place dans l'économie, après qu'il était toujours marginalisé dans le temps et qualifié de « Stérile », par F.Quesney, pour qui, l'entrepreneur ne crée pas de la richesse, mais seulement la fait circuler.

La réussite du processus entrepreneurial dépend alors de l'entrepreneur et sa capacité à manager un « système d'offre », sa capacité d'innovation, de prise de risques et par dessus tout à construire des combinaisons de ressources pour créer de la valeur à ses clients. Il doit être doté de certaines caractéristiques psychologiques dont la motivation, l'ambition,..., puis un entourage économique favorable, ce qui constitue un atout qui va lui permettre de résister aux différents changements de l'environnement.

Depuis l'ouverture économique opérée à partir des années 1990, l'Algérie a affiché une volonté de développement du champ entrepreneurial relevant du secteur privé. Ceci est concrétisé à travers les réformes engagées en mettant en place des dispositifs institutionnels et réglementaires favorisant l'esprit entrepreneurial. La finalité étant de créer un environnement propice pour une dynamique entrepreneuriale dans le but de répondre aux attentes de développement des territoires.

La création d'entreprise constitue une base du tissu économique en Algérie. Ceci est lié en grande partie aux dispositifs d'aide à la création d'activités. Ces dispositifs participent à la croissance économique ainsi qu'à la création d'emplois et au développement régional et local. Ces dispositifs sont les suivant : l'ANADE, la CNAC, L'ANGEM, L'ANDI.

La démarche de création d'entreprise ne s'impose pas, c'est une initiative réfléchie qui obéit à un véritable parcours du combattant, un parcours où succèdent les étapes essentielles que doit suivre tout créateur ou entrepreneur souhaitant concrétiser son envie d'entreprendre. Il est nécessaire alors d'adopter des comportements managériaux fiables ou de mettre sur pied

des stratégies capables d'assurer un avenir meilleur. Les stratégies de création d'entreprises sont devenues désormais un facteur clé de succès.

La stratégie apporte la réponse de l'entreprise pour analyser ses forces et ses faiblesses et s'adapter à l'évolution de son environnement. Dans cette optique, il s'agit donc à la fois d'identifier et de choisir des objectifs à moyen et long terme, d'adopter des voies pour les atteindre et d'allouer l'ensemble des ressources nécessaires. Il faut pour cela appliquer des principes, des concepts, des méthodes. La stratégie de création d'entreprise instaure une logique de l'entreprise.

Notre travail s'inscrit dans la thématique générale de l'entrepreneuriat. Il s'agit de décrire et d'expliquer l'acte entrepreneurial mais aussi de démontrer les stratégies de création d'entreprises au sein de l'Agence nationale de développement de l'investissement (ANDI). L'ANDI est une institution gouvernementale créée en 2001 qui a pour mission la facilitation, la promotion et l'accompagnement de l'investissement et de la création d'entreprise à travers des régimes d'incitation qui s'articulent essentiellement autour de mesures d'exonération et de réduction fiscale. L'ANDI est présente dans toutes les wilayas du pays à travers les « guichets uniques décentralisés ».

Problématique

Afin de bien mener notre travail, nous avons tenté de répondre à la problématique suivante :

« Comment l'entrepreneuriat peut être un facteur clé du développement du tissu économique ? »

Pour mieux cerner notre sujet, les sous-questions suivantes sont indispensables :

- **Quelles sont les facettes de la création d'entreprise ?**
- **Quels sont les déterminants de création d'entreprise par l'entrepreneur ?**
- **Quelles sont les principales stratégies de création d'entreprise ?**
- **Comment le dispositif ANDI participe au développement de l'entrepreneuriat ?**

Intérêt du sujet

Le choix de ce sujet est motivé par le fait qu'il relève de notre domaine de formation le management publique ; ainsi que son importance dans le développement local et par conséquent de notre économie.

Ce travail constituera en premier temps, une nouvelle source bibliographique, et une étude documentaire, ainsi que tout un ensemble de lectures réalisées, qui mettra en évidence de nouvelles connaissances pouvant servir d'autres prospecteurs ultérieurs. Il sera également, une opportunité pour nous de préparer notre avènement au milieu professionnel.

Méthodologie la recherche

Afin d'apporter des éléments de réponse à la problématique posée, nous avons jugé utile de recourir à une démarche méthodologique à double approche.

La première est d'ordre théorique, élaborée sur la base d'une revue bibliographique utilisant des ouvrages, articles, document, mémoires et thèse.

Comme on fera dans un second lieu, recours au cadre analytique pour expliquer le concept de l'entrepreneuriat à travers une étude pratique au niveau de l'ANDI de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Structure de travail

Pour pouvoir apporter des réponses satisfaisantes à notre problématique, nous avons jugé convenable de répartir notre travail de recherche en quatre chapitres.

Le premier chapitre intitulé « L'entrepreneur principal acteur de l'entrepreneuriat », composé de deux sections. La première portera sur un aperçu théorique de l'entrepreneur. La deuxième section quant à elle sera consacrée à la présentation des motivations de l'entrepreneur à l'égard de l'entrepreneuriat.

Le deuxième chapitre intitulé « L'acte fondamental de l'entrepreneuriat : la création de l'entreprise » où il sera question de développer en premier lieu, les concepts clés de l'entrepreneuriat, avant de présenter ensuite les stratégies de création d'entreprise.

Le troisième chapitre intitulé « La dynamique entrepreneuriale en Algérie ». Il se compose à son tour de deux sections, en premier lieu, nous présenterons l'essor de l'entrepreneuriat en Algérie. La deuxième section sera consacrée aux différents programmes mis en place par l'Algérie pour favoriser l'entrepreneuriat.

Le quatrième chapitre portera sur une étude pratique intitulé « Etude de cas pratique au niveau de l'ANDI », nous développons ce chapitre en deux sections. Une première porte sur la présentation de l'organisme d'accueil, une deuxième section sera consacrée à l'interprétation des résultats de l'enquête.

Chapitre I :

*L'entrepreneur, principal acteur de
l'entrepreneuriat*

Introduction

L' accélération incessante des mutations, notamment technologiques, la modification des équilibres sociaux, la précarité croissante des emplois salariés dans les grandes organisations, la volonté d'avoir un travail plus indépendant et davantage conforme à ses aspirations et valeurs, la perspective d'être son propre patron sont autant de forces qui poussent un nombre croissant d'hommes et de femmes à considérer la création ou la reprise d'une entreprise comme une alternative crédible à un emploi salarié. Parallèlement, il est aujourd'hui communément admis que l'orientation entrepreneuriale au sens large d'une société en général ou d'une organisation en particulier est directement liée à la recherche d'un niveau de performance plus élevé.

La naissance d'une entreprise résulte de la combinaison de plusieurs facteurs. L'entrepreneur en est la force motrice, il est un porteur de projet qui n'a de cesse de l'affiner, de le travailler, de le préciser jusqu'à le concrétiser en une affaire économique prospère.

Dans ce chapitre qui sera consacré à l'entrepreneur, nous allons présenter dans un premier lieu les principales théories traitant cet acteur l'entrepreneur, la deuxième section sera consacré à définir la motivation dans le domaine de l'entrepreneuriat et de comprendre les raisons pour lesquelles l'individu est motivé pour créer une entreprise.

Section 1 : Aperçu théorique de l'entrepreneur

Dans certaines cultures, l'entrepreneur est présenté comme le héros des temps modernes. Dans d'autres, il est assimilé au capitaliste exploitant les masses laborieuses. Certains distinguent l'entrepreneur, novateur et motivé par le profit ou la croissance, du propriétaire-dirigeant, plutôt animé par des aspirations personnelles et familiales. Le terme « entrepreneur » est souvent utilisé pour représenter des réalités fort différentes les unes des autres, alors que signifie-t-il exactement et sont-ils tous motivés par des objectifs similaires ?

1. Evolution du concept de l'entrepreneur

Il existe plusieurs théories qui sont liées à l'entrepreneur, chaque une d'elles s'appuyant sur un aspect particulier de l'entrepreneur. Nous essayerons d'exposer les plus connues :

1.1 L'entrepreneur dans la pensée classique

Les économistes classiques ne parlent ni de l'entreprise, ni de l'entrepreneur en tant que tel. Leur analyse est macroéconomique. Ils cherchent à expliquer le mouvement d'ensemble de l'économie, comment la richesse est produite et comment elle circule. Avant les économistes classiques, selon le physiocrate F. Quesnay, l'entrepreneur fait partie de la classe stérile, et ne crée pas de richesses mais il la fait juste circuler¹.

1.1.1 L'entrepreneur pour Cantillon

L'économiste richard Cantillon est réputé être le premier à avoir utilisé le terme « entrepreneuriat » dans la littérature économique dans son ouvrage « essai sur la nature du commerce en général » puis plus tard, Turgot, Say, et Knight qui ont focalisé leurs réflexions sur l'entrepreneur, dans un objectif, de présenter une conception claire de l'ensemble de ses fonctions et de son profil d'une part, et de son rôle clé dans le développement économique, d'autre part.

Bien que Cantillon ne soit pas l'inventeur du mot entrepreneur, c'est à lui qu'on doit la généralisation du terme dans la plupart des langues. Sa définition de l'entrepreneur stipule que «la circulation et le troc des denrées et des marchandises, de même que leur production, se conduisent en Europe par des entrepreneurs et au hasard»².

¹ Berber nawel « L'entrepreneuriat en Algérie », Mémoire de magister, Oran, 2014, P 10.

² Cantillon, « Essai sur la nature du commerce en général », 1952 [1755], p 31.

Pour cet auteur, il existe une entreprise pilotée par son créateur, qui ne peut prévoir ni les ventes, ni les prix, pas plus que le mode ou les aléas climatique et leurs conséquences sur le comportement d'achat des clients, bien avant Say et Schumpeter, Cantillon a déjà initié dans la première théorie de l'entreprise que l'entreprise est dirigée par un entrepreneur, elle est caractérisée par une incertitude fondamentale et irréductible. Cependant Cantillon définit l'entrepreneur par son affrontement au risque, c'est-à-dire qu'il n'y a aucune garantie de qu'il va recevoir d'après sa décision d'entreprendre.

1.1.2 L'entrepreneur pour Adam Smith

Cinquante ans après les travaux de Cantillon, l'arrivée d'Adam Smith avec son ouvrage « la recherche sur la nature et les causes de la richesses des nations », note l'absence du concept entreprise. Pour lui, il n'y a que des individus égoïstes, il n'y a pas d'entreprise, il n'y a qu'un marché qui relie des individus qui échangent. L'homme emploie ses capitaux seulement dans le but de recevoir un profit. Il emploie toujours son capital dans des activités dont le produit lui permettra de gagner le plus d'argent. L'égoïsme de cet entrepreneur se justifie par le fait que ce dernier ne cherche pas à servir l'intérêt public, mais il ne pense que se donner personnellement une plus grande sûreté, et en dirigeant cette industrie de manière que son produit ait le plus de valeur possible.

1.1.3 L'entrepreneur organisateur de Say

Prolongeant les analyses de Cantillon, Say s'est beaucoup intéressé aux activités de l'entrepreneur, il fait de ce dernier une pièce maîtresse de la dynamique économique. Il définit l'entrepreneur comme l'intermédiaire entre le savant qui produit la connaissance et l'ouvrier qui l'applique à l'industrie, son objectif est d'accroître la production et de maximiser son profit.

Ainsi, l'entrepreneur de Say un organisateur c'est celui qui réunit et combine les facteurs de production, son but premier est d'accroître la production et le définit ainsi « l'entrepreneur est celui qui entreprend de créer pour son compte, à son profit et à ses risques un produit quelconque »³.

³ ACHOUR F.Z & AMMARI S. (2020) « Entrepreneuriat et création d'entreprises : un aperçu des différentes approches », Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 3 : Numéro 3 », p 933.

1.2 L'entrepreneur agent central de l'activité économique

1.2.1 L'efficience X de Leibenstein

Cette théorie développée à l'origine pour la grande entreprise à un rapport direct avec le rôle de l'entrepreneur: l'efficience X consiste à se placer sur la frontière des possibilités de production, telle que la définissent les auteurs néo-classiques seulement dans l'économie concrète, elle est marquée par une absence d'information, une mauvaise interprétation de l'information disponible, une mauvaise affectation des ressources.

Ainsi, l'entrepreneur intervient en réduisant les gaspillages et en apportant des améliorations. Un manque d'efficience tel qu'un mauvais prix, peut être une opportunité pour un entrepreneur qui jouera le rôle d'intermédiaire. La fonction d'entrepreneur est donc vue comme une réponse créative à la présence d'inefficience.

Une firme créée par un entrepreneur peut être la solution à l'absence d'adéquation entre une offre et une demande et c'est la base de réflexion de Kirzner et Hayek.

1.2.2 Le Processus du marché de Hayek et Kirzner

Hayek essaye d'expliquer l'absence d'une théorie de l'entrepreneur dans l'économie néo-classique par l'équilibre du marché et l'information parfaite. Selon Hayek, il y a un monde où il y a une multitude de découvertes, ainsi différentes personnes ont accès à de différentes informations. Ils forment plusieurs marchés, qui sont un moyen de communication qui permet aux agents de coordonner leurs décisions. L'entrepreneur évolue dans cette incertitude par sa capacité de jugement.

Kirzner, pour sa part a doté l'entrepreneur d'un rôle d'ajusteur et de régulateur de prix. L'entrepreneur doit être vigilant pour détecter puis exploiter les opportunités qui peuvent se présenter. L'entrepreneur se présente comme l'agent économique qui exploite l'information.

Cette vigilance entrepreneuriale, peut être définie « comme une sorte de capacité particulière des entrepreneurs à acquérir l'information de façon spontanée. Cette capacité se manifeste par la faculté de percevoir les opportunités offertes par le marché »⁴. Grâce à cette qualité, l'entrepreneur sait comment combiner les facteurs de production et comment trouver les personnes ayant les informations dont il a besoin pour trouver des sources de profit.

⁴ Boutillier. S, Uzunidis. D, « l'entrepreneur, une analyse socio-économique », Economica, Paris, 1995

1.2.3 Knight et le rôle de l'incertain

Franck Knight récompense l'entrepreneur par le profit qui provient de sa capacité à traiter le risque et l'incertitude. Knight identifie l'incertain avec une situation où les probabilités des différents résultats ne peuvent être déterminés ni par un raisonnement, ni par déduction statistique.

Aussi, le profit réalisé par l'entrepreneur constitue la rémunération de la transformation de l'incertitude individuelle en risque. L'entreprise alors apparaît comme l'institution spécialisée dans la réduction de l'incertitude.

1.2.4 Shumpeter et l'innovation

Dans son ouvrage « théorie de l'évolution économique » en 1912, Joseph Shumpeter a vu en l'entrepreneur l'individu innovateur, c'est le moteur du développement économique et sa fonction consiste à innover ou à mettre en place de nouvelles combinaisons.

« Un entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée en une innovation réussie »⁵ selon J. Schumpeter, seuls les individus capables d'innover méritent l'appellation d'« entrepreneurs», ils sont doués d'imagination et font preuve d'initiative et de volonté. Ils assurent le passage entre le monde scientifique de la découverte et des inventions, et le monde économique des innovations.

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

1.3 L'entrepreneur dans la pensée contemporaine

Dans une autre interprétation de la théorie de l'entrepreneur, Baumol estime que l'entrepreneur ne joue pas un rôle de développement économique à l'inverse de Shumpeter, car certaines formes de l'entrepreneuriat ne correspondent pas toujours à des activités constructives et innovantes. L'entrepreneur peut rechercher des situations de rente et agit donc selon les règles en vigueur dans un système économique et à une époque donnée. Ainsi, Baumol introduit l'influence de l'environnement dans le comportement de l'entrepreneur.

⁵ Hernandez , « l'entrepreneuriat, approche théorique », 2001, p74.

La théorie de Baumol conduit à un concept large de l'entrepreneur, pour lui les activités entrepreneuriales ne sont pas limitées aux seules créations et directions d'entreprises, en outre, l'entrepreneur est sensible au système environnant.

Au début des années 80, deux économistes américains G. Gilder et P. Drucker se sont penchés sur l'étude de l'entrepreneur. Pour Gilder, l'entrepreneur est une sorte d'incarnation divine car il connaît les lois cachées de l'économie et fait progresser le monde. Gilder relie toujours entrepreneur et petite entreprise. Il est à la fois propriétaire du capital, gestionnaire, organisateur et parfois ingénieur. Cet entrepreneur vient de tous les groupes sociaux, il n'est pas doté de richesse à l'origine car Gilder pense que la fortune personnelle peut constituer un handicap pour devenir entrepreneur.

Cette idée n'est pas loin de celle avancée par J. Baptiste Say ou pour lui « le besoin stimule l'imagination ». P. Drucker ne limite pas l'entrepreneur à la seule petite entreprise à l'encontre de quelques auteurs, car selon lui, les entrepreneurs doivent connaître et appliquer les principes qui permettent à ces innovations de réussir, l'esprit de l'entreprise se traduit par un comportement. Néanmoins Drucker ne trace pas vraiment le vrai profil de l'entrepreneur, il reconnaît seulement que c'est un révolutionnaire de l'économie.

Henry Mintzberg ⁶ rejoint Drucker, depuis qu'il apparente l'entrepreneur au dirigeant qui saisit les opportunités et qui innove à chaque fois que c'est nécessaire.

D'ailleurs, Sain Saulieu en 1988 souligne que l'entrepreneur veut être maître de son travail et l'organiser librement, car il ne veut pas être le jouet d'une organisation dont il ne connaît pas les marges. Cependant, cette liberté à un prix qui est le risque de tout perdre.

Si la fonction d'entrepreneur consiste à rechercher les imperfections et à percevoir les changements et à exploiter les opportunités du marché avec profit en réunissant et en coordonnant les ressources rares pour concrétiser une idée nouvelle. Ce rôle suppose chez lui l'existence de certaines qualités et compétences nécessaires à l'exercice de cette fonction. En effet, d'après Fillion, il est nécessaire de compléter la théorie de l'entrepreneuriat par une approche descriptive qui met en relief les caractéristiques personnelles pour mieux cerner la personnalité de l'entrepreneur. Ce domaine a été prisé par les sociologues et les psychosociologues, notamment D. McClelland, Timmons, Fillion et Laufer⁷.

⁶ H. Mintzberg « Le manager au quotidien » Ed. l'organisation, 1984.

⁷ Wassila TABET AOUEL, « LA THEORIE DE L'ENTREPRENEUR : UNE APPROCHE FONCTIONNELLE CAS DE L'ENTREPRENEUR ALGERIEN », Revue, P 205.

2. Définition de l'entrepreneur

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

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

Au sens économique, l'entrepreneur est celui qui combine des ressources, de la main d'œuvre, des matières premières et d'autres actifs pour leur donner une valeur plus grande qu'auparavant, ou encore celui qui introduit des changements, des innovations et un ordre nouveau. L'entrepreneur est le principal acteur du phénomène entrepreneurial. Il a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique libéral.

« L'entrepreneur est un individu qui valorise le risque calculé qui favorise les actions centrées sur le développement, l'innovation ou la création », il fait preuve de détermination, il a une image très positive de lui-même, est très confiant dans ses actions, « définit ses projets et ses perspectives en fonction de lui-même »⁸.

J.B.Say (1803) définit l'entrepreneur comme étant le personnage central puisque c'est lui qui combine les facteurs de production. Cette définition large inclut tous les chefs d'entreprises, propriétaires ou non, plus largement les responsables d'organisation.

J.B.Say élargit la définition de l'entrepreneur en associant le concept de combinaison des facteurs de production. Il développe une conception plus industrielle liée au processus de production et du risque qui en résulte.

On peut dire que l'entrepreneur est une personne physique qui prend le risque de réunir des capitaux et des hommes, et qui a pour but de réaliser un certain nombre d'objectifs économiques. L'entreprise ainsi créée sera l'entité juridique à laquelle ces objectifs seront assignés.

Dans toutes ses tentatives de définitions, nous trouvons, de façon plus ou moins explicite, les notions d'individu, d'action, d'innovation, d'opportunité, de risque, d'organisation et de création de valeur. Ces facteurs constituent, à n'en pas douter, les

⁸ Emile-Michel Hernandez, le processus entrepreneurial vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat, ed le Harmattan, Paris 1999, page 47

conditions nécessaires et peut être suffisantes pour que l'entrepreneur et l'entrepreneuriat existent⁹.

3. Les caractéristiques de l'entrepreneur

Une vaste littérature consacrée à l'étude de la personnalité entrepreneuriale a dégagé un certain nombre de caractéristiques dominantes chez les entrepreneurs.

Tableau n° 1: Caractéristiques et qualités d'entrepreneur.

Caractéristiques	Qualités
Confiance en soi	Croit en ses propres capacités ; Indépendant ; Optimiste
Volonté déterminée	Obstiné et persévérant ;
Concentré sur les tâches à accomplir ou les résultats à atteindre	Soucieux de la réussite ; Bûcheur, dynamique, énergique ; Prend des initiatives.
Acceptation des risques	Prend des risques calculés ; Aime les défis.
Etoffer d'un chef	Bon communicateur ; Bon contact avec les autres ; Attentif aux suggestions et aux critiques ; S'intéresse aux autres ; Concerné par le développement des autres.
Originalité	Innovateur, Créatif ; Souple et ouvert d'esprit ; ingénieux ; S'adapte rapidement et facilement.
Tourné vers l'avenir	Prévoyant ; Visionnaire ; Intuitif.

Source : Saim S, « L'analyse du processus entrepreneurial », Mémoire, Tizi-Ouzou ; 2015, P29.

⁹ A.FAYOLLE et L.J.Filion : « Devenir entrepreneur, Edition VILLAGE MONDIAL, Paris, 2006

Bien des caractéristiques ont été attribuées aux entrepreneurs (Fillion, 2005). Elles paraissent parfois disparates ou même contradictoires car, encore une fois, elles sont tirées de recherches portant sur des catégories d'entrepreneur souvent fort distinctes : des individus qui viennent de démarrer leur entreprise, des entrepreneurs en exploitation depuis longtemps, des dirigeants de micro entreprises ou de PME, des entrepreneurs qui ont bâti de grandes entreprises.

Il n'existe pas d'absolu en ce qui a trait aux caractéristiques de l'entrepreneur, elles pourront varier dans le temps selon les activités privilégiées ou les étapes de croissance de l'entreprise.

4. Les objectifs de l'entrepreneur

La préservation de l'indépendance managériale et financière constitue souvent l'une des principales préoccupations de l'entrepreneur. Celles-ci se manifestent essentiellement à travers la volonté d'assurer un revenu ou un emploi pour sa famille, le désir de réaliser des produits de qualité, la créativité, la réalisation de soi, la pérennité de l'entreprise... les objectifs de chaque entrepreneur sont souvent multiples et sont susceptibles de varier au fil du temps et du développement de l'entreprise.

La croissance peut être un objectif en soi. Elle peut constituer un étalon de la réussite du dirigeant et de l'entreprise, ainsi que des progrès réalisés par cette dernière. Elle peut être la conséquence de la poursuite d'autres objectifs, tels que des salaires plus élevés et de la sécurité. Elle peut renforcer la position de l'entreprise face à ses concurrents, réduire la dépendance vis-à-vis d'autres entreprises ou lui conférer une plus grande maîtrise de son environnement par le biais d'un plus grand pouvoir de négociation et par conséquent, réduire le degré d'incertitude auquel elle est confrontée¹⁰.

Pour P-A. Julien, (1996) « il existe trois buts ressortaient de la littérature consacrée aux typologies d'entrepreneurs : la recherche de la pérennisation et de la survie, la recherche de l'indépendance et de l'autonomie de décision et enfin, la recherche de la croissance et du pouvoir »¹¹.

a) La pérennité : l'entreprise est créée et développée en sorte qu'elle se pérennise, survive son créateur qui la transmettra à ses héritiers .Ce but apparait déterminant lorsque l'affaire repose sur des capitaux familiaux.

¹⁰ F. Jansen, « Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat », P184.

¹¹ P.A Julien : « Les PME bilan et perspectives », éd Economica, Paris ,1996.

b) L'indépendance : le désir d'être « son propre patron », « de ne rien devoir à personne » marque, parfois de façon viscérale le comportement des chefs des PME, il se manifeste dans la logique financière, industrielle et institutionnelle.

c) La puissance : un plan de la littérature consacré à l'entrepreneuriat accorde une grande place essentielle au désir d'accomplissement, puis au goût du pouvoir.

5. Typologies des entrepreneurs

L'absence d'une définition précise de l'entrepreneur, a poussé les chercheurs à diriger leur recherche autour des traits de l'entrepreneur, cela a abouti vers une mise en lumière de plusieurs typologies de ce dernier.

Nous commençons par Norman Smith qui, en 1967, identifie deux types d'entrepreneurs (Hernandez, 1999) :

- **L'entrepreneur-artisan**

Défini comme ayant une éducation limitée, détenant une formation technique, ne peut pas composer avec son environnement, se méfiant des emprunts. Il adopte une attitude paternaliste au sein de son entreprise.

- **L'entrepreneur opportuniste**

Possède plus d'éducation et ses expériences de travail sont diversifiées et nombreuses, mieux intégré dans son environnement, très bon communicant, cherchant à développer l'affaire qu'il a créé.

J. Laufer identifie quatre types d'entrepreneur selon les motivations psychologiques et les comportements économiques, et cela selon une étude qui portait sur soixante créations d'entreprise, entre 1955 à 1970¹² :

- **L'entrepreneur manager et innovateur**

Formé dans une grande école, et ayant une expérience dans de grandes entreprises, ce type est motivé par le besoin de création, de réalisation et de pouvoir, intéressé plutôt par une dynamique de croissance.

¹² ALAIN Fayolle, « le métier de créateur d'entreprise », édition, d'organisation 2003.

- **L'entrepreneur propriétaire**

La croissance et l'autonomie financière représente pour lui des objectifs importants, donc ses préoccupations permanentes sont la recherche d'équilibre entre la croissance et l'autonomie, généralement il crée son entreprise à la suite d'un parcours comme subordonné, et son niveau d'instruction n'est pas élevé.

- **L'entrepreneur technicien**

Refuse de la croissance mais cherche l'efficacité, cet entrepreneur choisit un objectif d'indépendance et refuse la croissance qui pourrait l'amener à ne pas atteindre ce but prioritaire.

Les besoins de pouvoir et d'autorité sont ses principales motivations. Très fréquemment, l'orientation technologique de l'entrepreneur et de l'entreprise est présente.

- **L'entrepreneur artisan**

Recherche en priorité de positions protégées sur le marché, de l'indépendance personnelle et d'un avantage financier, survie. Ainsi il accorde de l'importance à l'autonomie, mais seulement afin de garder son entreprise dans le sésail familial.

Knight 1983, à observer trois types d'entrepreneurs.

- **L'artisan-inventeur**

Motivé par l'innovation, et voulant développer un nouveau produit ;

- **Le promoteur**

Ses compétences relèvent du domaine commercial, marketing et vente ;

- **Le gérant-général**

Coordinateur, réunissant des éléments et des connaissances extérieures pour réaliser sa création.

J.C. Ettinger, en 1983, a proposé une vue simplifiée de la typologie de J.Laufer, basée sur l'analyse des motivations entrepreneuriales, telles que le besoin de création, le pouvoir et l'autonomie. Deux catégories principales subsistent (ALAIN Fayolle, 2003):

- **Les entrepreneurs indépendants**

Equivalents des entrepreneurs artisans, pour lesquels le besoin d'autonomie est dominant, se caractérise par une faiblesse organisationnelle ;

- **Les entrepreneurs créateurs d'organisations**

Regroupent tous les autres types de la grille de J.Laufer, pour lesquels le besoin de pouvoir est dominant.

P-A. Julien et Marchesnay proposent cette typologie, en partant du principe qu'il existe trois grandes aspirations socio-économiques chez l'entrepreneur:

- La pérennité de son entreprise ;
- L'indépendance : l'autonomie surtout dans la prise de décision ;
- La croissance : la volonté de puissance et désir de pouvoir.

Ils distinguent ainsi deux grands types d'entrepreneurs :

- **Une logique d'action patrimoniale (PIC)**

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

- **Une logique d'action entrepreneuriale (CAP)**

Elle se situera dans les activités□ turbulentes, évolutives, donc privilégiant la croissance forte, c'est-à-dire, la recherche du cadre et des conditions les plus sécurisantes, semblent être ses ressorts principaux.

Selon M. Henni « un « CAP » peut évoluer vers un « PIC » lorsque son entreprise devient mature et identifiable dans le marché. Les deux auteurs reconnaissent des limites de leurs apports car ces typologies trouvent leur vérification dans les cas ultimes ; ou bien extrêmes. Chaque typologie renvoie à des critères et à des dimensions qui constituent, d'une certaine façon, des facteurs essentiels de compréhension des entrepreneurs.

On peut dire que ces derniers peuvent s'identifier selon plusieurs situations condition de création, le profil du dirigeant, les conditions d'innovation et la logique d'action.

Section 2 : Les motivations de l'entrepreneur à l'égard de l'entrepreneuriat

1. Définition de la motivation

Selon le dictionnaire de Dico du manager (2009), la motivation désigne « l'ensemble des raisons rationnelles, émotionnelles, personnelles ou d'intérêt général, physiques et/ou psychologiques, qui pousse un acteur à l'action (déclenchement d'une conduite ou d'un comportement) et/ou à l'adoption d'une attitude particulière et/ou à l'expression d'une opinion ». Un deuxième sens est : « ensemble des forces internes qui poussent l'individu à agir¹³ ».

Dans le cadre de l'entrepreneuriat, ces forces qui poussent à créer l'entreprise sont de deux Sortes, des forces endogènes à l'individu (ses caractéristiques innées) et des forces exogènes contenant l'ensemble des facteurs qui constituent le milieu et l'entourage de l'individu. Ces deux formes constituent les motivations qui incitent l'individu à être entrepreneur.

2. Les principales motivations de l'entrepreneur

L'entrepreneuriat, c'est le fait de mobiliser des ressources en vue de lancer des projets et de créer des entreprises dont les produits ou les services répondent à des besoins de la société. Les raisons de créer une entreprise ou d'entreprendre un projet sont nombreuses et varient d'un individu à un autre. Qu'est-ce qui amène donc une personne à démarrer une entreprise ?

Alain Fayolle (2004) manifeste sur l'existence d'une motivation principale parmi d'autres motivations personnelles pour lesquelles les individus décident de créer ou de reprendre une entreprise. La question posée par cet auteur est la suivante : Est-ce que l'entrepreneur est motivé principalement par l'argent ¹⁴?

P-A Julien et Marchesnay (1996)¹⁵, disent que le bon choix des décisions de l'entrepreneur sera marqué par le profit, qui est l'un des grands objectifs de l'investisseur. La théorie économique a toujours dit que le profit est rarement le premier objectif de l'entrepreneuriat. Ce profit peut être d'une part une contrainte pour compenser les coûts et surtout assurer la survie de l'entreprise et d'autre part il permet de faire face à de nouveaux défis pour soutenir la croissance et les nouveaux investissements.

¹³ Selon Le dictionnaire Larousse de l'éducation

¹⁴ Djouadi Youcef, « L'entrepreneur et les motivations de création d'entreprise : Cas de la wilaya de Bejaia » ; Mémoire de fin d'étude, Béjaia, 2020, P 24.

¹⁵ Ibid.

Dans le même sens Alain Fayolle (2004), précise que contrairement aux idées reçues, les entrepreneurs, quel que soit le pays considéré, mettent plus souvent en avant les motivations suivantes :

- Le besoin d'accomplissement ;
- Le besoin d'indépendance ;
- Le besoin de reconnaissance ;
- La recherche de pouvoir ;
- La passion ;
- Le challenge, le défi ;
- L'enrichissement (l'argent n'est que très rarement une motivation) ;

Certains auteurs ont affirmé qu'une personne qui présente un profil entrepreneurial est plus susceptible qu'une autre d'entreprendre un projet parce qu'elle a les habiletés et le comportement nécessaires.

Les motivations sont généralement inséparables de sa personnalité et de ses intérêts professionnels et familiaux. Les motivations à la création peuvent être :

2.1 Motivations psychologiques

Les entrepreneurs décident de créer leurs propres entreprises à cause d'eux même. Un ensemble de caractéristiques se réunissent chez l'individu entrepreneur qui lui incite prendre la décision d'entreprendre.

➤ Besoin d'indépendance

« Être son propre patron » est l'explication donnée comme un motif de création d'entreprise. Collins et Moore (1964)¹⁶ considèrent le besoin ou bien le désir d'autonomie comme un facteur de base dans la création d'une nouvelle entreprise. Ils suggèrent qu'en ayant un fort sentiment d'indépendance, les entrepreneurs sont capables à sacrifier cette indépendance. Ce sacrifice d'autonomie est acceptable tant qu'ils ne la perçoivent pas comme imposée par une autre personne.

¹⁶ Cachon J, « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi », p19

➤ **Besoin d'accomplissement**

Selon McClelland, les personnes ayant un fort besoin d'accomplissement, ils ont les attributs de comportement suivants :

1. La prise du risque basée sur la compétence et non sur la croyance au hasard ;
2. La prise de responsabilité personnelle en ce qui concerne les décisions ;
3. Une activité énergique et innovatrice ;
4. La capacité de planifier à long terme.

➤ **La créativité et l'innovation**

Les entrepreneurs doivent témoigner d'une réelle créativité et d'une capacité à innover. Leur fonction principale est l'innovation et l'introduction, dans un environnement donné, de nouvelles combinaisons productives, cherchent de nouvelles idées, et introduisent de nouvelles manières de réaliser de nouveaux produits. L'innovation n'est pas nécessairement une innovation de rupture, elle peut s'envisager à travers des modifications marginales.

Selon certains auteurs, les entrepreneurs ont un comportement particulièrement innovateur et créatif, alors que leur recherche du gain financier représente seulement une raison mineure pour devenir employés à leur compte. La gestion de l'innovation est également considérée comme le principal défi auquel les entrepreneurs font face afin de concurrencer leurs adversaires¹⁷.

➤ **La prise de risque**

L'action d'entreprendre est entourée d'incertitude. Des changements imprévus peuvent surgir au cours de l'investissement. Le risque est vu comme le risque de perdre, ce qui n'est pas sans conséquences sur le capital et sur le moral de l'entrepreneur (conséquences économiques et psychologiques). Quatre grands types de risques sont toutefois encourus par les créateurs d'entreprises : Le risque financier, Le risque de carrière, Le risque familial et le risque psychique. Tous ceux qui peuvent faire face à une prise de décision avec tous les risques que présente ont la possibilité de devenir des entrepreneurs.

¹⁷ Ibid, P 18.

➤ **L'internalité de contrôle**

Ayant le sentiment de contrôle, l'individu attribue ses capacités et prend la responsabilité de contrôle de son environnement au lieu d'être par d'autres. L'individu pense qu'il a des bonnes chances de pouvoir orienter sa vie

2.2 **Motivations sociologiques et culturels**

Les facteurs sociologiques et culturels sont des éléments directement liés aux différents milieux de l'individu, et qui peuvent jouer un rôle sur leur propension à entreprendre. Ces milieux (famille, écoles, universités, société, entreprises, professions, territoires), exercent sur l'individu de nombreuses influences.

Plusieurs éléments du vécu d'un individu peuvent avoir un impact sur ces croyances, ses perceptions et ses intentions relatives à l'entrepreneuriat.

➤ **L'âge**

La jeunesse et les qualités qui y sont associées peuvent constituer un plus. La carrière d'entrepreneur commence dans la plupart des cas entre 22 et 55 ans. Sans doute, elle peut débiter plus tôt ou plus tard, mais la chose est moins probable puisqu'il faut à l'entrepreneur de l'expérience, du savoir-faire pertinent, une assise financière et beaucoup d'énergie pour lancer et gérer avec succès une nouvelle entreprise.

➤ **La famille et les proches**

Les aspects de l'environnement familial de l'individu ont un impact sur la décision d'entreprendre, la profession et le statut social de son père ou de sa mère et ses relations avec ses parents. Pour certains économistes, la profession des parents est déterminante dans la vie des entrepreneurs, car la famille joue un rôle essentiel, les jeunes issus d'une famille d'entrepreneurs sont plus disposés à entreprendre. Les jeunes grandissant dans ce genre famille ou d'entourage, considèrent leurs parents ou ses proches comme des modèles à imiter.

➤ **L'éducation**

Des recherches ont montré que l'éducation joue un rôle important dans l'éveil des entrepreneurs. Elle permet de doter l'entrepreneur de compétences et de connaissances qu'il estime très utiles, même décisives pour la concrétisation de son projet¹⁸.

¹⁸ Cachon J, « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi », P 33.

Le système éducatif permet donc de sensibiliser les étudiants, de valoriser l'image de l'entrepreneuriat et apporte les connaissances et les compétences qui aident les individus à prendre les bonnes décisions, à élaborer des projets solides et à créer des entreprises dotées d'un potentiel important de croissance.

➤ **L'expérience professionnelle**

Les activités professionnelles antérieures jouent un rôle important dans la création, la croissance et la réussite de l'entreprise. La connaissance d'une technique et d'un secteur d'activité a une influence importante sur l'activité entrepreneuriale.

De ce point de vue, certains domaines d'expérience ont une importance particulière, par exemple, l'obtention des financements auprès des banques, implantation des établissements industriels, création des réseaux de distribution et l'établissement des plans commerciaux d'attaque du marché.

Il est généralement plus facile de lancer une deuxième, troisième ou une quatrième entreprise que de lancer la première.

➤ **Le territoire**

Le territoire dans lequel l'entrepreneur (ou celui qui se destine à l'entrepreneuriat) passe sa vie personnelle ou professionnelle joue un rôle important qui ne peut être pas négligé. Un territoire peut, en effet, constituer un pôle d'attraction entrepreneuriale¹⁹.

Il est considéré comme un déterminant grâce à la disponibilité d'atouts naturels et d'infrastructures de base tels (réseaux routiers, aéroport, télécommunication, réseaux d'énergie, tissu économique, ...), ainsi qu'aux ressources humaines, financières et technologique.

2.3 Motivations économiques

Les facteurs économiques sont les ressources informationnelles, humaines, technologiques, financières et matérielles. Ils occupent une position clé dans la démarche entrepreneuriale. Ce sont les ressources auxquelles doit accéder l'entrepreneur en vue de créer son entreprise.

¹⁹ Fayolle. A, « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003, P 66.

➤ **Les ressources humaines**

La présence d'une main d'œuvre qualifiée dans la zone d'implantation favorise l'entrepreneuriat. Une région, où la main d'œuvre est de bon Marché, son taux de création d'entreprise s'accroît.

➤ **Les ressources financières**

La disposition d'un capital financier de départ encourage l'entrepreneuriat. Par contre, un entrepreneur ne disposant pas des moyens financiers nécessaires rencontrera plusieurs difficultés.

➤ **La demande de marché et son accessibilité**

L'existence de marchés ouverts influence positivement la création d'entreprise. Cependant, il existe des marchés ouverts mais encombrés, d'autres sont fermés ou très réglementés, l'implantation d'une nouvelle entreprise y quasiment impossible. Les réseaux personnels et professionnels constituent des éléments facilitateurs qui permettent de gagner du temps et de l'efficacité face à la complexité des démarches et procédures. Aussi, les entreprises se localisent le plus près possible de la demande en vue de minimiser les coûts de transport. La demande locale exerce un impact positif sur la naissance d'entreprises dans la plupart des secteurs, surtout dans le secteur des services la création d'entreprise est influencée par la proximité du marché (Holl, 2004)²⁰.

➤ **Les économies d'agglomération et de localisation**

Les économies de localisation sont liées au nombre d'entreprises qui appartiennent aux mêmes secteurs regroupés dans une zone spécifique. Dans l'économie de localisation, il s'agit de l'accès à une main d'œuvre spécialisée, la disponibilité des biens et services intermédiaires nécessaires pour le fonctionnement d'entreprise. Les économies d'urbanisation correspondent au regroupement des activités économiques différentes et à la proximité d'entreprises diversifiées qui offrent des services complémentaires et pour le transfert d'information entre secteurs.

²⁰ Berber nawel « L'entrepreneuriat en Algérie », Mémoire de magister, Oran, 2014, P 37.

Conclusion

A travers ce chapitre, nous avons essayé de faire une revue de la littérature concernant l'entrepreneur en identifiant les principales théories et caractéristiques de cet acteur fondamental de l'entrepreneuriat.

L'entrepreneur est certainement le personnage le plus curieux de l'analyse économique et de gestion. Il est l'essence et l'acteur principal de l'entrepreneuriat.

L'entrepreneur est considéré comme apporteur de solution aux problèmes économiques et sociaux. Essentiellement par le biais de la création de richesse, d'emplois, d'innovation, le renouvellement de parc d'entreprise, l'exploitation des ressources, la diversification et la complémentarité des entreprises.

Chapitre II :

*L'acte fondamental de l'entrepreneuriat : la
création d'entreprise*

Introduction

L'entrepreneuriat est à la fois un phénomène économique et social, un objet de recherche et un domaine d'enseignement. Il a de multiples facettes de par son caractère multidisciplinaire. Son importance dans la société est rehaussée par l'intérêt particulier dont il bénéficie de la part des économistes, sociologues et décideurs politiques. Cet intérêt est, sans conteste, dû à la place de la création d'entreprises dans le développement économique et social, l'augmentation de la production et du revenu, la résorption du chômage, la diversification de l'industrie, la promotion de l'innovation, etc.

Le présent chapitre, comprend deux sections. Dans la première, nous présenterons les concepts clés de l'entrepreneuriat, dans la deuxième section, nous passerons en revue les différentes stratégies de création d'entreprise.

❖ Section 1 : Concepts de base de l'entrepreneuriat

La recherche dans le domaine de l'entrepreneuriat vise à comprendre le concept et à expliquer l'activité et la dynamique entrepreneuriale. Dans ce point, nous citerons quelques aspects de base de l'entrepreneuriat.

1. Historique de l'entrepreneuriat

Depuis la fin de la seconde guerre mondiale et jusqu'à la fin des années 1970 les grandes entreprises ont dominé l'économie. la grande taille était considérée comme souhaitable, voire inévitable, et la croissance de la firme était jugée indispensable pour réaliser des économies d'échelles. La PME était perçue comme une simple étape de la vie de l'entreprise. Durant cette période, le nombre d'entreprises par habitant a diminué en Europe. Le climat économique était plutôt propice à l'étude de la grande entreprise, voire de la multinationale, et par conséquent l'entrepreneuriat intéressait peu les chercheurs.

Le nombre des grandes entreprises a dominé durant les années 1970 et 1980. Les chercheurs ont alors pris conscience de l'importance économique des entreprises nouvellement créées. Bien qu'il ait déjà fait l'objet de recherches isolées au-paravant et que ses bases historiques remontent au 17^{ème} siècle. C'est à partir de-là qu'apparaissent des revues scientifiques et des conférences consacrées à L'entrepreneuriat. Ce mouvement s'est accéléré au début des années 1990.

Les deux auteurs R. Cantillon et J.B. Say ont mis en exergue l'importance de l'entrepreneur pour l'économie en général, en se basant essentiellement sur son rôle dans le processus de production.

En 1928 J. Schumpeter donne son envol au domaine de l'entrepreneuriat. Il l'associe nettement à l'innovation. J. Schumpeter reconnaît à l'entrepreneur un rôle central dans le mécanisme économique.

2. Définition de l'entrepreneuriat

Le concept « entrepreneuriat » existe depuis longtemps, mais il reste très difficile de proposer une définition unanime compte tenu de la complexité du concept. Ainsi, plusieurs auteurs ont abordé le thème entrepreneurial tout s'en appuyant dans différents aspects, il y a lieu d'illustrer dans ce point quelques définitions enfin de saisir la nature du terme.

Chapitre II : L'acte fondamental de l'entrepreneuriat : la création d'entreprise

Selon Julien et Marchsney¹, le mot entrepreneuriat a été choisi au Québec par le conseil de la langue française, au détriment du terme anglais « entrepreneurship ». Ce mot désigne « l'état (la qualité) de celui ou de ceux qui sont entrepreneurs. Cet état résulte de plusieurs facteurs plus ou moins complémentaires, l'esprit d'entreprise, la création d'entreprise et l'action d'entreprendre ou de conduire une entreprise en étant entrepreneur. ».

Selon Verstraete (2000) « l'entrepreneuriat est un phénomène trop complexe pour être réduit à une simple définition, son intelligibilité nécessitant une modélisation. Cette complexité exclut la possibilité d'une délimitation stricte et univoque de ses frontières sémantiques »².

Fayolle³ de son côté, définit l'entrepreneuriat :

- En tant que phénomène économique et social, qui s'intéresse aux effets et résultats de l'activité entrepreneuriale (innovation, création d'emplois, etc).
- En tant qu'objet spécifique de recherche, il s'intéresse à des comportements individuels et/ou organisationnels adoptés dans un processus de découverte et d'exploitation d'opportunités.
- En tant que domaine d'enseignement, il se focalise sur des cours spécifiques et des connaissances utiles pour entreprendre sont basées sur des comportements bien déterminés.

3. Les paradigmes de l'entrepreneuriat

Dans ce point, nous présentons les différents paradigmes de l'entrepreneuriat.

3.1 Le paradigme d'opportunité d'affaire

Cette perspective définit l'entrepreneuriat comme la capacité à créer ou de repérer des opportunités et à les exploiter (Shane et Venkataraman 2000). Elle est associée parfois à d'autres notions, telles que la capacité à réunir les ressources pour poursuivre l'opportunité. Elle s'intéresse aux sources des opportunités, au processus de découverte, d'évolution et d'exploitation de celles-ci, ainsi qu'aux individus qui les découvrent, les évaluent et les exploitent.

¹ Julien P, Marchesnay M, « L'entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996, P 8.

² VERSTRAETE, T., 2000. Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat, Editions EMS, P.11

³ 12 FAYOLLE, A., 2004. Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre, Dunod, Paris, P.19.

3.2 Le paradigme de création d'une organisation

Ce courant de pensée définit l'entrepreneuriat comme la création d'une organisation par une ou plusieurs personnes (Gartner 1990). La notion d'organisation ne se réduit pas à celle d'entreprise.

3.3 Le paradigme de la création de valeur

Cette approche définit l'entrepreneuriat comme un phénomène ou un processus créant de la valeur qu'elle soit individuelle, économique ou sociale. Les travaux portant sur le lien entre l'entrepreneuriat et la croissance économique peuvent être rattachés à ce paradigme.

3.4 Le paradigme d'innovation

Ce courant accorde une importance capitale à l'innovation dans la définition de l'entrepreneuriat (P.A.Julien et M.Marchenay, 1996 ; Drucker, 1985). L'innovation permettrait également de différencier les entrepreneurs des propriétaires et des dirigeants de PME.

4. Les formes de l'entrepreneuriat

4.1 Création par essaimage

Créer une entreprise quand on est encore salarié et avec l'aide de son entreprise est certainement une démarche plus facile. Les grandes entreprises proposent des mesures et des dispositifs destinés à inciter et à accompagner leurs salariés dans des créations d'entreprise.

Les projets peuvent être variés et concerner la création d'un commerce ou d'une entreprise industrielle, mais l'accompagnement (matériel, intellectuel, commercial et financier) d'une entreprise peut être de nature de réduire le niveau de risque de l'entrepreneur.

4.2 Création par franchise

Elle met en relation un franchiseur, entreprise qui souhaite se développer en utilisant cette modalité, et un franchisé, individu qui veut créer une entreprise en appliquant une formule. Ce type de création consiste à imiter un fonctionnement qui existe dans un contexte géographique donné. 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.

4.3 La reprise d'entreprise

La reprise d'entreprise ou d'activité présente une différence de taille avec la création d'entreprise. L'organisation existe, elle n'a pas à être créée. Si elle existe, il est alors possible de s'appuyer sur des données qui la décrivent dans son présent, son histoire, sa structure et son fonctionnement. Dans ces conditions, l'incertitude est généralement moindre et les niveaux de risque beaucoup plus faibles. Comme pour la création d'entreprise, la reprise peut être réalisée par un individu pour son propre compte ou par une entreprise existante⁴.

4.4 La création ex-nihilo

Ex nihilo est une expression latine signifiant « à partir de rien ». Créer une entreprise quand rien n'existe n'est pas une situation facile. Il faudra du temps pour arriver à implanter son produit dans un marché, pour convaincre les utilisateurs et les chercheurs et ce, d'autant plus que le degré d'innovation sera élevé. Par voie de conséquence, il faudra soigneusement dimensionner les besoins financiers et obtenir les ressources suffisantes. La création ex-nihilo exige beaucoup de travail, de rigueur et de ténacité. Par ailleurs les risques doivent être particulièrement bien évalués.

4.5 L'intrapreneuriat

C'est la création d'une nouvelle activité, par un employé dans son entreprise mère. L'intrapreneuriat, c'est l'action d'agir comme un entrepreneur en travaillant au sein d'une organisation dans laquelle vous êtes employé.

Concrètement, cela peut vouloir dire mettre sur pied une nouvelle équipe, développer un nouveau service, organiser un comité social, offrir une stratégie innovatrice, etc. Parfois, les intrapreneurs ont aussi des éclairs de génie qui changent la face de leur organisation.

4.6 L'entrepreneuriat solidaire et social

La notion d'entrepreneuriat social a été élaborée depuis le milieu des années 1980 dans des contextes hétérogènes. Cinq de ces contextes permettent d'entrevoir les réalités contrastées aujourd'hui associées à ce terme. Chacun d'entre eux dispose d'acteurs clés, qui peuvent être des associations professionnelles, des fondations, des journalistes, mais aussi des chercheurs, dont l'action ne doit alors pas être simplement appréhendée à travers des enjeux

⁴ Assoul Sami, « Entrepreneuriat et développement économique en Algérie », Mémoire de master, Béjaia 2020, p 16 .

de connaissance et d'analyse, mais aussi de reconnaissance et d'institutionnalisation de l'entrepreneuriat social⁵.

5. Les types de l'entrepreneuriat

Ils existent autant de types de l'entrepreneuriat. Que en prenant certains critères tels que la légalité, le nombre d'entrepreneurs, la durée de l'activité, le sexe, le statut juridique de l'entrepreneur, nous pouvons classifier l'entrepreneuriat en :

➤ L'entrepreneuriat formel et informel

L'entrepreneuriat formel comprend les activités relatives à l'économie formalisée, les activités autorisées et reconnues par l'Etat .Par contre l'entrepreneuriat informel est relatif aux activités qui s'exercent au noir, non enregistrées par l'Etat .On peut avoir aussi l'entrepreneuriat souterrain par analogie à l'économie souterraine.

➤ L'entrepreneuriat individuel et collectif

L'entrepreneuriat individuel c'est la volonté d'une personne de se démarquer d'acquérir plus d'indépendance et de liberté sans l'intervention de l'autorité. Les individus qui empruntent cette voie cherchent à se réaliser sur les plans personnel, professionnel et financier. L'entrepreneuriat individuel correspond en effet au travail indépendant. L'entrepreneuriat collectif sous la forme de coopérative et mutuelle.

➤ L'entrepreneuriat masculin et féminin

Certaines activités peuvent être exclusivement exercées par les femmes alors que d'autres sont réservés spécifiquement aux hommes.

➤ L'entrepreneuriat privé et public

Ici le critère retenu est celui du statut juridique de l'entreprise. Le privé concerne les entreprises du secteur privé .Contrairement à l'entreprise privé l'entreprise public trouve son origine dans la volonté de l'Etat ou d'une collective.

➤ L'entrepreneuriat occasionnel et durable

Selon la durée de l'activité, l'entrepreneuriat occasionnel reprend les activités temporaires et journalières, alors que l'entrepreneuriat durable correspond aux activités et surtout aux sociétés dont l'exploitation dure longtemps.

⁵ Ronan Le Velly, « Entrepreneuriat Social », Editions Presses de Sciences Po, 2014, p3

❖ Section 2 : Les stratégies de création d'entreprise

De la naissance d'une idée à l'immatriculation d'une société, la création d'entreprise regroupe l'ensemble des démarches et des étapes indispensables et obligatoires pour démarrer une activité indépendante.

1. Définition de l'entreprise

L'entreprise est une unité de production de bien et de service et est défini en fonction de la nature de l'entreprise existante et cherchent à réaliser des profits grâce à la circulation de la richesse. Cela peut être sous la forme de projets et de fourniture des biens et services qui répondent aux besoins des consommateurs et atteignent leur satisfaction.

COHEN E considère que l'entreprise est « une organisation relativement autonome, dotée des ressources humaines, matérielles et financières en vue d'exercer une activité économique de façon stable et structurée ».

Selon Gilles Bressy et Cristian KonKuyt « l'entreprise est centre de décision économique autonome (une entité), disposant de ressources humaines, et financières qu'elle gère en vue de produire des biens et des services destinés »⁶.

On peut dire que l'entreprise est une unité économique autonome disposant de moyens humains et matériels qu'elle combine en vue de produire des biens et services destinés à la vente.

2. Les étapes de création d'entreprise

Pour construire un projet de création et augmenter ses chances de succès, il est recommandé d'agir avec méthode en respectant un certain nombre d'étapes chronologiques. Bien entendu, une excellente connaissance du métier, du secteur d'activité et des obligations fiscales, comptables et sociales de votre nouvelle entreprise sont autant de facteurs clés de réussite du projet⁷.

⁶ Gilles Bressy et Cristian KonKuyt, économie d'entreprise, 8ème Edition 2006.

⁷http://www.2a.cci.fr/assets/components/tinymce/js/tinymce/plugins/filemanager/files/Notre_offre/entreprendre/Etapes_a_la_creation_dentreprise.pdf

2.1 La conception du projet

➤ L'idée

Vouloir créer son entreprise c'est avant tout partir d'une ou de plusieurs idées qui deviendront l'activité de la société. Cette idée peut porter sur quelque chose d'innovant, être le fruit d'une opportunité que l'entrepreneur a décelée, faire partie du savoir-faire du créateur d'entreprise... d'où qu'elle provienne, il faut la travailler.

Quel que soit l'idée de départ, elle doit être solide : celui qui veut créer son entreprise doit toujours veiller à rester cohérent et réaliste.

Toutefois, la validation de l'idée est de grande importance dans le processus entrepreneurial nécessitant le recueil et l'analyse des informations, demande de conseils et d'orientations. Le créateur de l'entreprise doit se poser des questions pour mieux valider son idée de création tel que :

- Existe-t-il un marché solvable pour mon idée ?
- Quels sont les facteurs clés de réussite sur ce marché ?
- Quels sont mes atouts et mes faiblesses sur chacun des facteurs clés ?
- Comment pourrai-je réduire ces faiblesses et profiter au maximum de ces atouts ?

➤ De l'idée au projet

Transformer une idée en projet nécessite de définir son projet personnel. Une bonne réflexion s'impose.

Les grandes lignes du projet :

- Donner une définition précise du produit ou du service à réaliser ou vendre : technicité, caractéristiques, prix...
- Rechercher de l'information sur ce produit ou ce service,
- Recueillir avis et conseils de spécialistes,
- Tester l'idée auprès d'autres personnes,
- Définir le marché selon le type de clientèle,
- Déterminer l'ordre de grandeur des ventes, c'est à dire le chiffre d'affaires.

Le positionnement du créateur par rapport au projet (son bilan personnel et professionnel) :

- Objectifs personnels (quel est le but poursuivi au travers de cette création),
- Motivations (besoin d'autonomie, de se réaliser, de statut social, créer son emploi, goût du risque...),
- Compétences (dans le domaine technique, gestion, marketing, management...),
- Ressources (apport personnel, mobilisation de l'épargne de proximité),
- Temps.

Au terme de cette approche, si des impossibilités apparaissent, il est nécessaire de modifier le projet ou le différer.

2.2 La construction du projet

La première phase a permis de "dégrossir" le projet, c'est à dire de passer d'une idée à un projet réaliste. Cette approche permettra de transformer un projet réaliste en un projet réalisable.

Le créateur devra donc préciser ses objectifs et tous les moyens nécessaires pour y parvenir. Trois études sont à mener : l'étude commerciale, l'étude financière, l'étude juridique.

➤ L'étude Commerciale

Elle se compose de l'étude de marché et des actions commerciales. L'étude de marché est une véritable enquête sur les concurrents et les futurs clients permettant de bien les connaître.

L'étude commerciale permettra de vérifier si le marché existe réellement et quelle est son évolution.

- La connaissance du marché permettra d'avoir une idée de ses potentialités chiffrées et donc d'éclairer le choix des hypothèses de chiffre d'affaires en montant et en délai.
- L'observation du marché en fera connaître le fonctionnement et pourra ainsi déterminer avec le maximum de précision ce que l'on va vendre, l'offre à la clientèle et son positionnement par rapport aux autres produits existants : ses différences et ses ressemblances.

Chapitre II : L'acte fondamental de l'entrepreneuriat : la création d'entreprise

- Définir avec précision le ou les produits ou services à vendre, leurs caractéristiques, les avantages qu'ils apportent, la gamme, le catalogue ou l'achalandage qu'ils constituent, les services qui les complètent, leur présentation, leur finition, leurs conditions d'emploi.
- Fixer le niveau et la gamme de prix, et les conditions de paiement qui permettront d'atteindre les objectifs de chiffre d'affaires et de rentabilité.
- Choisir le mode de vente, les conditions dans lesquelles les produits ou services seront mis à la disposition de la clientèle, le mode de distribution, la localisation qui permettra de satisfaire au mieux les habitudes de lieux et de temps des clients.
- Préparer les moyens de négociation directe, de techniques de vente, d'argumentaire de vente, avoir des compétences de vendeur (le créateur sera le premier vendeur de son entreprise), le mode de prospection, et éventuellement la mise en place d'une force de vente.
- Déterminer les différents moyens de votre communication, les relations publiques, les relations avec la presse, la publicité, le nom, le slogan, l'image.

Les actions commerciales permettent de préciser comment vendre ? Sélectionner tous les moyens qui permettront d'arriver à faire acheter le produit ou le service par les clients. Tous ces moyens sont des actions commerciales qui constituent le plan d'actions commerciales⁸.

➤ L'étude Financière

L'étude financière permet d'apprécier la viabilité, la rentabilité, la pérennité de l'entreprise et de procéder à la recherche des financements. C'est donc la traduction chiffrée des éléments préalablement recueillis. Cette étude a pour objectif de répondre aux questions suivantes :

- Combien doit-on apporter pour faire démarrer puis vivre l'entreprise ?
- L'activité sera-t-elle rentable ?
- Est-ce que les sorties et les entrées d'argent seront équilibrées ?

⁸ https://www.doc-developpement-durable.org/file/Gestion-entreprises-et-associations/creation%20d-entreprise/pfca34_methodologie.pdf

➤ L'étude juridique

L'étude juridique consiste à préparer "l'emballage légal" de l'activité économique (commerciale et financière) qui vient d'être défini. Elle s'effectue en trois étapes :

- Le choix de la structure juridique.
- La préparation du dossier administratif de constitution d'entreprise (entreprise individuelle ou société).
- Le dépôt du dossier qui donne une naissance juridique et administrative effective à l'entreprise.

Contrairement à certaines idées reçues, on ne crée pas une structure dans laquelle on exercera une activité, mais l'analyse économique d'un projet pour lequel induit un cadre légal : le statut juridique. Pour guider le choix, les éléments à prendre en compte sont les suivants :

- quels sont les différentes formes juridiques possibles en droit ?
- quels sont les critères objectifs, c'est à dire les contraintes fixées par la loi qui devront, en fonction du projet, guider son choix ?
- quels sont les critères subjectifs, c'est à dire ceux directement liés au projet et à son avenir, qui devront l'aider à retenir un seul statut juridique ?

2.3 La mise en place de l'entreprise

➤ L'installation

Jusqu'ici le projet est préparé sur tous les plans mais l'entreprise n'est pas encore créée. Cette courte phase consiste à concrétiser tous les engagements pris par le créateur et tous ses partenaires (associés, collaborateurs, clients, fournisseurs, banques, etc.) qui participent directement ou indirectement au projet afin qu'il puisse mettre en place l'outil de travail.

➤ Le démarrage

Le démarrage de l'activité demande en particulier la mise en place d'outils de contrôle et d'une gestion prévisionnelle rigoureuse. Cette période de décollage est une période délicate. En résumé les facteurs clés de succès d'un projet de création d'entreprises sont :

- le professionnalisme du créateur,
- la solidité de sa personnalité,

- une compétence de gestion suffisante,
- des prévisions de chiffre d'affaires réalistes et les moyens pour réaliser ces prévisions.
- des investissements en matériel et en personnel raisonnables et flexibles n'imposant pas une "masse critique" trop importante et difficile à atteindre.
- un plan de financement équilibré avec des fonds propres suffisants.

3. Les stratégies de création d'entreprise

3.1 Définition de la stratégie

La stratégie d'entreprise est à l'origine un terme militaire et signifie plus généralement l'ensemble d'actions coordonnées, d'opérations habiles, de manœuvres en vue d'atteindre un but précis.

Dans le cadre de l'entreprise, il s'agit de définir des objectifs, et de coordonner toutes les ressources et actions afin de les atteindre. Il s'agit d'un nombre de décisions prises à la création de la société, mais également durant toute la vie de cette dernière dans le but de garder une direction claire et cohérente. Cette direction peut bien entendu changer et évoluer avec les années, la stratégie n'a pas pour vocation à rester figée, mais à évoluer selon le marché dans laquelle elle évolue.

3.2 Pourquoi définir des objectifs

Les objectifs généraux qu'une entreprise se fixe permettent de définir la nature des relations que l'entreprise souhaite entretenir avec son environnement externe (nature et taille du marché cible, positionnement, relation à la concurrence ...) et son organisation interne.

Plus qu'une synthèse des missions des différentes fonctions de l'entreprise (marketing, ressources humaines, finance ...), fixer des objectifs généraux permet la convergence et la coordination des stratégies opérationnelles. Cela améliore la réactivité, la performance et la communication de l'entreprise⁹.

3.3 Comment élaborer une stratégie gagnante

➤ Étape 1 : Déterminer la mission et la vision de l'entreprise

Pour définir la stratégie générale de votre entreprise, vous allez tout d'abord devoir répondre à plusieurs questions :

⁹ <https://www.leblogdudirigeant.com/elaborer-sa-strategie/>

Chapitre II : L'acte fondamental de l'entrepreneuriat : la création d'entreprise

- La mission de votre entreprise : Pourquoi elle existe ? Qu'est-ce qu'elle fait ?
- La vision de votre entreprise : vers où doit-elle aller ?
- Les valeurs de votre entreprise : quels sont les principes fondamentaux de fonctionnement de votre entreprise ?

La mission de l'entreprise porte sur son activité actuelle alors que la vision est une projection dans le futur, sur du long terme. Elle traduit les ambitions de l'entreprise.

➤ Étape 2 : Réaliser un diagnostic stratégique

La stratégie implique de réaliser un **diagnostic**, à la fois interne et externe, de l'environnement de l'entreprise. L'appréciation de l'environnement n'est pas simple, car il est instable et évolue constamment. C'est ce qui explique l'importance de la veille stratégique. L'environnement peut être, au niveau de l'entreprise, une source d'opportunités, mais également de menaces.

▪ Le diagnostic global avec l'analyse SWOT

L'analyse SWOT est un outil d'analyse stratégique qui permet de mettre en évidence les différentes stratégies possibles.

L'analyse s'articule autour des 4 éléments suivants : les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces. Les diagnostics stratégiques externe et interne permettront de l'alimenter.

▪ Le diagnostic stratégique externe

Cette analyse permet de comprendre l'environnement dans lequel l'entreprise évolue. Elle consiste à étudier :

- Le macro-environnement de votre entreprise, qui correspond à l'environnement global dans lequel elle évolue et sur lequel elle n'exerce pas d'influence. Cela permet de déceler quelques scénarios probables d'évolution du secteur dans lequel l'entreprise va évoluer, et donc d'identifier des opportunités et des menaces. Le modèle PESTEL est l'un des outils utilisables pour mener cette analyse.
- Le micro-environnement de votre entreprise, qui correspond à tous les acteurs en contact avec l'entreprise et qui ont un impact sur son activité. Les 5 forces de Porter permettent de réaliser un diagnostic du micro-environnement de l'entreprise.

- **Le diagnostic stratégique interne**

Ce diagnostic, quant à lui, permet de détecter les forces et les faiblesses de l'entreprise. Il servira à identifier les sources potentielles d'avantages concurrentiels. Pour le réaliser, vous devez :

- lister toutes les ressources de votre entreprise (ressources matérielles, ressources financières, image de marque, technologique...),
- puis déterminer celles qui constituent des atouts, et celles qui constituent des faiblesses.

- **Étape 3 : Fixer les objectifs stratégiques**

L'étape suivante consiste à fixer des objectifs stratégiques pour l'entreprise. Un objectif est un résultat à atteindre. Il doit être ambitieux, précis, chiffré et défini temporellement. Il doit pouvoir être suivi efficacement, en analysant les différences entre la réalité et les prévisions. Dans le plan (étape 5), les objectifs seront déclinés en actions.

Ces objectifs sont déterminés en fonction de la mission et la vision de l'entreprise. Ils dépendent également de son environnement et des ressources dont elle dispose.

- **Étape 4 : Choisir la stratégie concurrentielle**

Pour atteindre les objectifs fixés, vous allez devoir réaliser des choix pour développer votre entreprise en vous appuyant sur des avantages concurrentiels. Votre objectif consistera à obtenir des résultats meilleurs que ceux de vos concurrents. Trois grands modèles théoriques de stratégie concurrentielle sont décrits par Porter :

- la stratégie dite de spécialisation, qui consiste à se focaliser uniquement sur un marché de niche.
- la stratégie de domination par les coûts, dont l'objectif consiste à avoir une structure de coût inférieure à celle des concurrents.
- la stratégie de différenciation, qui consiste à s'appuyer sur des critères distinctifs au niveau des produits ou des services proposés, par rapport à ceux des concurrents. Ici, les critères distinctifs ne portent pas sur les prix.

Une autre alternative consiste à essayer de se constituer un nouveau marché et de s'y positionner en leader. Cette stratégie, appelée stratégie océan bleu, permet de s'échapper d'un

environnement concurrentiel. Elle suppose de créer une nouvelle demande, et de la capturer grâce à une nouvelle offre innovante¹⁰.

Étape 5 : Concevoir un plan d'action pour déployer la stratégie

Afin d'atteindre vos objectifs stratégiques, vous allez devoir déployer des actions cohérentes avec vos orientations stratégiques, et utiliser les ressources à votre disposition. Pour cela, vous devez construire un plan stratégique qui va expliquer comment vous comptez atteindre vos objectifs et comment vous employez vos ressources et vos compétences.

Tout d'abord, les objectifs stratégiques doivent être déclinés en objectifs opérationnels, d'avantage orientés vers l'action grâce à leur horizon à court terme. Les objectifs opérationnels sont les actions qui vont permettre d'atteindre les objectifs stratégiques. Il sera ensuite nécessaire de planifier ces actions. Pour chacune d'entre elles, il est nécessaire de déterminer :

- une période (début et fin),
- les ressources affectées (moyens humains, financiers, matériels),
- et des indicateurs qui permettent de mesurer leur performance.

Étape 6 : Suivre l'avancement du plan stratégique

Le plan stratégique doit être suivi périodiquement pour contrôler l'avancée des actions et l'atteinte des objectifs. Lorsque cela s'avère nécessaire, des ajustements pourront avoir lieu. Il est recommandé de réaliser des points intermédiaires pour vérifier l'avancement des actions, ce qui permet d'avoir de réagir plus rapidement en cas de besoin.

À ce niveau, la mise en place d'une veille stratégique est primordiale. En effet, l'évolution de l'environnement de l'entreprise peut impacter la stratégie, et donc nécessiter des décisions.

¹⁰ <https://www.lecoindesentrepreneurs.fr/strategie-dentreprise-definition-mise-en-place/>

Conclusion

L'entrepreneuriat est considéré comme étant un des facteurs capitaux pour une économie en pleine croissance. En effet, la promotion de l'entrepreneuriat est devenue une nécessité pour le développement de toute nation qui se veut être compétitive.

Par l'entrepreneuriat, il est entendu l'action de créer la richesse tout en l'appropriant, dans le but de proposer, trouver et d'implanter des solutions répondant aux besoins des individus ou des groupes.

Toute personne, physique ou morale, qui évolue dans un environnement concurrentiel et se fixe un objectif à atteindre a intérêt à définir une stratégie. Dans la vie de tous les jours, nous élaborons et régulièrement des stratégies pour obtenir ce que nous désirons, il en est de même dans la vie professionnelle, que ce soit pour développer une société, dynamiser l'activité ou créer une entreprise, la stratégie est incontournable.

Chapitre III :

La dynamique entrepreneuriale en Algérie

Introduction

L'entrepreneuriat en Algérie est né dans sa majorité après l'indépendance, il n'a évolué que très lentement sans disposer d'une infrastructure et d'une superstructure adaptées, ni d'une expérience historique acquise. Toute au long de la période post- indépendance et jusqu'au début des années 80, les investissements sont réservés à l'état, il n'y a pas de politique encourageante à l'égard du secteur privé.

Ce n'est qu'à partir des années 1980 et des années 1990 que l'état a changé son comportement vis-à-vis du secteur privé et devient un incitateur pour les investissements privés et ce peut être justifié par la crise économique qui a réduit la capacité budgétaire de l'état, et l'entreprise privée se présentait comme la seule issue pour la création d'emplois et la réduction du taux de chômage qui a rapidement augmenté.

Dans ce chapitre qui sera consacré à la dynamique entrepreneuriale en Algérie, nous allons présenter en premier lieu l'essor de l'entrepreneuriat en Algérie, puis en deuxième lieu nous exposerons les différents programmes mis en place par l'Algérie afin d'encourager l'entrepreneuriat.

Section 1 : L'essor de l'entrepreneuriat en Algérie

1. Historique de l'entrepreneuriat en Algérie

Melbouci (2008)¹ avait fait une distinction entre deux périodes cruciales marquant l'histoire de l'évolution de l'entrepreneuriat et du secteur privé en Algérie. En effet, elle possède en matière de la 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 peu significatif d'entreprises gérées par des nationaux et qui fut donc à ses débuts un moment de véritable apprentissages pour les créateurs d'entreprises et les institutions d'appui ; cette expérience se déroula en deux phases assez bien délimitées dans le temps :

1.1 L'entrepreneur de l'Algérie indépendante

➤ Les décennies 60-70 : La création d'entreprise ou l'Etat entrepreneur

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

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

Pendant toute la période (1962-1989) une rapide revue de l'histoire économique et politique, nous rappelle un système politique basé sur un parti unique et un modèle économique centralement dirigé. L'Etat 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'Etat 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

¹ MELBOUCI. L : « Le capital social et le comportement innovateur de l'entrepreneur algérien », communication au colloque international sur l'entrepreneuriat et la PME, Belgique, Octobre, 2008.

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'Etat algérien a limité le champ de l'entrepreneuriat privé. Les entrepreneurs ne doivent investir que dans des activités complétant celles des grandes entreprises d'Etat. La taille de leur affaire ne doit pas dépasser le seuil d'une entreprise moyenne (les codes d'investissement, 1963, 1966 et 1982).

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

➤ **Les décennies 80-90 : désengagement de l'Etat et l'essor de l'entreprise privée**

Début des années 80, le processus de désengagement de l'Etat a ouvert la porte à l'émergence et au renforcement du secteur privé qui jusque-là était principalement concentré dans trois branches : l'industrie alimentaire, le textile et les matériaux de construction. La loi de 1982 relative à l'encouragement et à l'investissement privatif vise à insérer davantage le secteur privé dans le système de planification nationale et lui faciliter notamment l'accès au crédit et aux importations.

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

1.2 L'entrepreneur de l'Algérie en transition vers l'économie de marché

La décennie 1990 marque inéluctablement un tournant dans le processus de libéralisation de l'économie algérienne. En effet, après l'échec du socialisme et les déficits de la plupart des grandes entreprises d'Etat, l'Algérie lance de grandes réformes pour instituer l'économie de marché, un arsenal juridique considérable a été développé notamment au cours de l'année 1990 pour asseoir les bases d'une telle transformation : libération des prix (loi 90 - 01 du 14 avril 1990 sur la monnaie et le crédit, loi de février 1990 sur la fixation des salaires sur une libre négociation salariés - employeurs), abolition du monopole sur le commerce extérieur, ouverture du capital de certaines entreprises publiques à des actionnaires privés

(ordonnance 95-22 du 26 août 1995, ordonnance 97 – 12 du 19 mars 1997) et création d'un marché financier en 1996.

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

L'Etat vise l'entrepreneur comme acteur principal du développement économique de la nouvelle orientation. Désormais, l'entrepreneur est mis au centre de la réflexion pour l'élaboration des politiques de développement. Plusieurs institutions ont vu le jour rien que pour aider l'entrepreneur à créer et accroître son affaire. A titre d'exemple, l'Etat a adopté en 2003 une action pour promouvoir et relancer le secteur de l'artisanat.

Dans cette phase de transition, l'Etat algérien continue d'assurer un rôle incitatif par l'intermédiaire de l'Agence de promotion et de soutien à l'investissement (APSI)² qui, grâce aux différents avantages fiscaux qu'elle accorde aux nouveaux entrepreneurs, a entraîné un mouvement important de création de petite et moyenne entreprise. Avec la montée du chômage plus récemment surtout les jeunes moins de 30 ans (qui représentent près de 70% de la population) a suscité la création d'aides financières incitatives à la création d'entreprises développées en leur direction dans le cadre de l'Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ).

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

1.3 Regain d'intérêt pour la petite entreprise en Algérie

La période allant de l'indépendance jusqu'à la fin des années 80, le petit entrepreneur ou l'artisan de la période coloniale va céder brutalement la place au manager comme figure emblématique de la grande organisation industrielle, centralisée et bureaucratisée. Désigné par décret présidentiel, le manager ou le PDG de la grande entreprise publique est fasciné par deux choses : le gigantisme industriel et le pouvoir. Il met tout son énergie à développer

² APSI, Agence pour la promotion et soutien à l'investissement créée en 1994 et remplacée en 2001 par l'ANDI, Agence Nationale pour le développement de l'investissement.

l'entreprise non pas dans un souci de rationalisation de l'organisation du travail, mais dans l'objectif d'asseoir son pouvoir et élargir ses réseaux clientéliste. Peu importe si l'entreprise est rentable ou pas.

Les restructurations économiques du secteur public devront mettre un terme aux privilèges et aux pratiques des managers qui doivent désormais rendre compte de leur gestion. Mais, le manque de souplesse de la grande organisation, du fait de son gigantisme et de sa dérive technocratique, bureaucratique et clientéliste, fait qu'elle a du mal à s'adapter aux aléas économiques. Cet intérêt récent des pouvoirs publics en Algérie pour l'entrepreneur, qu'on ne cesse de présenter comme le nouvel héros d'une économie en transformation, une sorte de modèle social pour des populations en quête de promotion sociale, se comprend mieux. L'assouplissement de la législation qui a été graduellement entamé à partir de 1988 par la loi 88-25 du 19/07/1988 qui a libéré le plafond de l'investissement privé et a ouvert à ce dernier d'autres créneaux. De ce fait le nombre des PME/PMI privées est passé à 19 843 entreprises.

L'autorisation aux investissements étrangers a été mise en place à partir de 1990 par la loi 90-10 du 14/04/1990 relative à la monnaie et au crédit, puis avec le décret n° 91-37 de la 19/02/1991, portant libération du commerce extérieur, le nombre d'entreprises privées a atteint 22 382 entreprises en 1992.

L'année d'après d'autres mesures d'encouragement et d'appui aux PME/PMI par la création de plusieurs institutions de soutien et d'accompagnement, et jusqu'à 2002 en dénombre 188 564 PME/PMI qui emploient 731 082. Aujourd'hui, la création de la TPE/PME/PMI occupe une position de premier plan dans le processus de développement algérien, ce qui explique un phénomène démographique important dépassant la barre de 606 737 entreprises en 2010³.

2. Evolution des politiques publiques en faveur de l'entrepreneuriat en Algérie et le rôle de l'Etat

En ce qui concerne les politiques de promotion des investissements, trois périodes sont à distinguer:

³ Ministère de l'Industrie, de la Petite et Moyenne Entreprise, et de la Promotion de L'investissement, bulletin d'information, statistiques n° 17, 1er semestre 2010.

2.1 La période de 1962 à 1982

Comme l'avait signalé Hernandez (2002)⁴, on constate que durant la période d'économie dirigée, l'État n'a pas joué un rôle actif, il était « proscripteur ». Favorisant la réglementation au lieu de l'incitation. D'ailleurs, les politiques incitatives et/ou dissuasives pour orienter l'initiative privée étaient insuffisantes, pour la faire déplacer tant dans l'espace que dans la branche. Du reste, ces programmes en limitant son développement dans les sphères productives, l'ont dirigé de façon indirecte vers les sphères spéculatives, lui assurant des gains considérables. Bien que l'État fût programmeur et prospecteur en publiant des plans de développement quadriennaux et même quinquennaux, il n'est pas parvenu à leur réalisation par manque de souplesse, en conséquence il était incapable de s'adapter aux situations conjoncturelles. Et malgré qu'il fût le premier investisseur et le principal promoteur, il n'a pas pu être producteur vu que les entreprises publiques étaient dans leurs majorités défaillantes et les PME privées soutenues se sont orientées vers la spéculation.

Cependant, durant la période de la planification centrale l'économie algérienne était complètement étatisée et caractérisée par un interventionnisme étatique très élevé. La grande entreprise publique occupait une place importante dans la stratégie de développement. La PME (les PME privées étaient minoritaires) a été reléguée au second rang et cantonnée dans des activités périphériques.

C'est un système hyper-centralisé non flexible à l'opposé d'une économie qui permet la « destruction créatrice » dont parlait Schumpeter. Cette représentation de l'industrialisation du haut vers le bas s'est distinguée par une faiblesse de la dynamique entrepreneuriale favorisant des entreprises à très faible productivité, assistées par la rente pétrolière.

Toutefois, de 1962 à 1982 : Cette période fut celle de la limitation de l'entreprise privée. A la base de cette réalité plusieurs mesures sont à retenir :

- 1962 à 1966 : nationalisation de nombreuses entreprises privées à capitaux étrangers ou nationaux, dans tous les secteurs économiques (industrie, agriculture, commerce et services).
- 1963 : promulgation du premier code des investissements, destiné surtout à attirer l'investisseur étranger. Il n'a que peu d'effets dans l'attraction du secteur privé en raison tant de ses dispositions restrictives que de climat politique prévalant.

⁴ HERNANDEZ, E.M : « De nouvelles règles pour entreprendre », Revue problèmes économiques, n° 2764, 2002.

- 1966 : adoption d'un nouveau code des investissements qui lui aussi n'est suivi que par un nombre insignifiant de projets privés agréés.
- 1976 : adoption par referendum de la charte nationale dont les dispositions viennent entériné la position politique restrictive à l'égard de l'entreprise privée dont l'existence ne peut être acceptée que dans sa forme non exploiteuse.

Durant cette période, l'entreprise privée continue cependant à se développer par ses propres moyens (crédits bancaires très sélectifs et aides de l'Etat inexistantes), dans l'industrie manufacturière et le bâtiment tout en demeurant de dimension limitée.

2.2 La période de 1982 à 1993

Les pouvoirs publics ont tenté de repenser le secteur public de manière à ce que d'une part, les entreprises privées ne se trouvent pas en situation juxtaposée aux entreprises publiques et d'autre part, pour que le secteur public de son côté, soit capable d'exiger sa logique de fonctionnement au secteur privé tout en préservant sa position de monopole. L'entrepreneuriat privé se voit promu surtout à partir de 1982, dont le but principal est la recherche d'une certaine complémentarité avec le secteur public. Sur le plan réglementaire avec l'avènement d'une nouvelle direction politique dans le pays en 1979, l'entreprise et l'entrepreneuriat privés vont connaître les premières ouvertures destinées d'abord à la réhabiliter puis à promouvoir son développement :

- 1982 : loi 82-11 instituant un agrément préalable et obligatoire à tout projet d'investissement privé. Cette loi est accompagnée d'un discours politique nouveau nettement plus favorable au secteur privé. Tout en contenant de nombreuses limitations comme un plafonnement aux investissements autorisés, ce texte constitue la première ouverture significative de la politique économique sur l'initiative privée. Le nouveau code des investissements ainsi adopté est accompagné de la création d'un « Office national chargé de l'orientation, du suivi et de la coordination des investissements économiques privés nationaux (OSCIP) ».
- 1982 : loi 82-13 relative à la constitution et au fonctionnement des sociétés d'économie mixte, permettant l'association des entreprises publiques algériennes à des investisseurs étrangers dont la participation est toutefois limitée à 49%. - 1988 : loi 88-25, qui vient se substituer à la loi 82-13 en clarifiant les modalités d'orientation des investissements privés.

- 1990 : loi 90-10 relative à la monnaie et au crédit, qui, en matière d'investissement privé, introduit pour la première fois le principe de la liberté de l'investissement étranger en Algérie et institue le Conseil de la monnaie et du crédit en le chargeant de la mission d'agréer les projets d'investissement, publics ou privés.

2.3 La période de libéralisation 1993 à 2010

La période de libéralisation 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). Ces dernières convergeaient vers un certain libéralisme réclamant davantage d'État facilitateur et accompagnateur de l'initiative privée. L'entrepreneuriat privé s'est vu reconnaître un rôle essentiel dans la relance de l'économie nationale. Les pouvoirs publics ont sensiblement élargi le cadre institutionnel (Décret législatif, 1993) qui avantage ses activités.

En effet, en 1993, les pouvoirs publics, dans le cadre des réformes économiques déjà largement avancées vers l'instauration des règles du marché, adoptent le décret législatif 93-12 relatif à la promotion de l'investissement. Ce nouveau code met définitivement le privé sur le même pied d'égalité que l'investissement public et assure la liberté d'investir à tout promoteur privé national ou étranger. Ce texte prévoit également l'institution d'une Agence de promotion, de soutien et de suivi des investissements (APSI). Ce nouveau code des investissements a de plus introduit les garanties attendues de l'investisseur privé, en particulier étranger, sur la non-discrimination, la sécurité juridique et le règlement des différends. Ce choix stratégique de développement de l'esprit d'entreprise comme une option de rupture, s'inscrit dans l'objectif de diversifier les sources de croissance en exportant hors hydrocarbures. Cette volonté est confirmée par le nouveau rôle de l'État facilitateur et accompagnateur de l'initiative privée et par les moyens mis en œuvre pour atteindre des objectifs qualitatifs.

Dans ce sens, dès le début de la décennie 2000, le cadre législatif et réglementaire a été renforcé dans l'objectif de relancer de l'investissement. Il précise toutes les garanties attribuées aux investisseurs en mettant en place un dispositif d'incitation qui change selon la localisation et la nature de l'investissement. La loi d'orientation sur la promotion de l'entrepreneuriat privé promulguée le 12 décembre 2001 par l'ordonnance 01-03 est venue amender le décret exécutif ci-dessus en remplaçant l'APSI par l'ANDI (Agence nationale de

développement industriel) appelée à s'implanter progressivement dans les 48 wilayas du pays et en privilégiant dans ses mesures les grands projets.

Elle élimine toute différenciation entre investissement public et investissement privé. Elle étend le concept d'investissement à ceux réalisés en concession et/ou en licence, aux prises de participation dans une entreprise lorsqu'il y a apport en numéraire ou en nature, et aux reprises d'activités dans le cadre d'une privatisation. Cette loi fixe les mesures d'aide et de soutien à leur développement. Elle détermine et établit, les mesures de facilitation administrative qui sont susceptibles d'être mises en œuvre dans la phase de création d'entreprises. Pour éviter l'attribution automatique des avantages, elle prévoit un régime général relatif aux investissements courants en dehors des zones dont le développement nécessite une intervention particulière de l'État et un régime dérogatoire pour les investissements dans les zones à développer et ceux soumis à convention.

3. La PME en Algérie

3.1 Evolution de la pme en Algérie

La majorité des PME en Algérie sont nées à partir de la fin des années 1980. La PME avant cette date n'a joué qu'un rôle secondaire. Majoritairement, on peut distinguer trois périodes de l'évolution de la PME depuis l'indépendance.

➤ La période 1962- 1981⁵

A la veille de l'indépendance, la plupart des PME qui existaient, étaient aux mains des colons. Juste après l'indépendance, ces entreprises ont été confiées à des Comités de gestion après le départ de leurs propriétaires étrangers ; elles furent intégrées à partir de 1967 dans des sociétés nationales.

Le premier Code des Investissements qui a été promulgué en 1963 n'a pas eu d'effets notables sur le développement du secteur des PME, et ce, malgré les garanties et les avantages qui comptait accorder aux investisseurs nationaux et étrangers. Cette période est caractérisée également par l'adoption d'une économie planifiée à prédominance publique et d'une industrialisation basée sur des industries de biens d'équipements et des produits intermédiaires.

Le nouveau Code des Investissements N° 66/284 qui a été promulgué le 15/09/1966 a essayé de faire jouer au secteur privé son rôle dans le développement économique tout en

⁵ fseg.univ-tlemcen.dz/larevue09/FARIDA%20MERZOUK.pdf

prévoyant une place prédominante pour le secteur public sur les secteurs stratégiques de l'économie. Ce code a obligé les entrepreneurs privés d'obtenir l'agrément de leurs projets auprès de la Commission Nationale des Investissements (CNI). La complexité des procédures d'obtention d'agrément ont fait dissoudre la CNI en 1981.

A vrai dire, la PME a été considérée durant toute cette période comme « appoint » au secteur public, car toutes les politiques sont concentrées sur le développement de ce dernier laissant en marge le secteur privé se débrouiller comme il peut. De ce fait, le promoteur privé a investi des créneaux qui nécessitent peu une maîtrise de la technologie et une présence d'une main d'œuvre qualifiée ; à savoir le commerce et les services. Une fiscalité lourde, une législation du travail rude et la fermeture du commerce extérieure, telles étaient les principaux blocages de cette période pour l'émancipation de la PME privée.

➤ **La période 1982-1988**

Durant cette période, de grandes réformes ont été amorcées sous toujours le système de l'économie administrée. Les deux plans quinquennaux (1980/1984) et (1985/1989) sont l'exemple de ces réformes entamées en faveur du secteur privé. Il y a eu parallèlement une promulgation d'un nouveau cadre législatif et réglementaire relatif à l'investissement privé (loi du 21/08/1982) qui a dicté un ensemble de mesures favorables aux PME telles que :

- Le droit de transfert nécessaire pour l'acquisition des équipements et dans certains cas des matières premières ;
- L'accès, même limité, aux autorisations globales d'importations (A.G.I) ainsi qu'au système des importations sans paiement. (CNES, 2002).
- Cette période est caractérisée également par certains obstacles aux PME tels que :
- Le financement par les banques ne dépasse pas 30 % du montant total de l'investissement ;
- Les montants investis sont limités à 30 millions de DA pour la société à responsabilité limitée (SARL) ou par actions et 10 millions de DA pour l'entreprise individuelle ou au nom collectif;
- L'interdiction de posséder plusieurs affaires.

➤ A partir de 1988⁶

L'Algérie a connu à partir de 1988 une phase de transition vers l'économie de marché, c'est ce qui l'a conduit à établir des relations avec les institutions internationales tels que le FMI 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.

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. (CNES, 2002).

⁶ Ibid P 03.

➤ Nouvelles visions des PME dans les années 2000

Au début des années 2000, l'Etat a instauré une politique de soutien des PME, dans le contexte d'association euro-méditerranéen et l'engagement dans le programme de relance économique, à travers les lois :

- La loi n°01-181⁷ a pour objet de définir les PME et mesures d'aide et de soutien à leur promotion.

Cette loi a défini la PME et a distingué différentes formes, elle définit la PME comme étant une entreprise de production et /ou de service :

Employant une(01) à (250) personnes.

Dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 2 milliards de dinars dont le total du bilan annuel n'excède pas 500 millions de dinars.

Et qui respecte les critères d'indépendance.

La moyenne entreprise est définie comme une entreprise employant 50 à 250 personnes et dont le chiffre d'affaire est compris entre 200 millions à 2 milliards de dinars ou dont le total du bilan annuel est compris entre 100 et 500 millions de dinars.

La petite entreprise est définie comme une entreprise employant de 10 à 49 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 200 millions de dinars ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 100 millions de dinars.

La très petit entreprise (TPE), ou micro entreprise, est une entreprise employant de 1 à 9 employés et réalisant un chiffre d'affaires inférieurs à 20 millions de dinars ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 10 millions de dinars.

- Création de FGAR par la loi 02-373⁸,

Ce fond a pour mission :

- D'intervenir dans l'octroi de garanties en faveur des PME réalisant des investissements en matière de : création d'entreprise, rénovation des équipements, extension de l'entreprise, et prise de participation.
- De se prononcer sur l'éligibilité des projets et les garanties demandées.
- De suivre les risques découlant de l'octroi de la garantie du fond.

⁷ Journal Officiel, n°77,15/12/2001.

⁸ J.O, n°74,13/11/2002.

- D'assurer le conseil et l'assistance technique en faveur des PME bénéficiaires de la garantie du fond, etc.

- Création des « pépinières d'entreprises » par le décret 32-78⁹ qui se présentent sous l'une des formes suivantes :

-incubateur : structure d'appui qui prend en charge les porteurs des projets dans le secteur des services ;

- Atelier relais : destinés aux porteurs de projets dans le secteur de la petite industrie et les métiers d'artisanat,

- hôtel d'entreprise : destiné aux porteurs des projets issus du domaine de la recherche.

En générale, les pépinières d'entreprise ont pour objectif de favoriser les projets innovants, de développer une synergie avec l'environnement de l'entrepreneuriat et d'apporter un soutien aux nouveaux créateurs d'entreprises.

- Le décret présidentiel n°04-134 ¹⁰en 2004, a pour objet de définir les statuts de la caisse de garantie des crédits d'investissement pour les PME (CGCI-PME) :
- Les risques couverts pour la caisse ;
- La défiance de remboursement des crédits octroyés ;
- Le redressement ou la liquidation judiciaire de l'emprunteur.

Également dans cette période l'APSI a été remplacé par l'agence nationale de développement d'investissements (ANDI) en août 2001, pour créer un cadre de référence aux investissements locaux et étrangers dont ils n'en ont pas prises en charge par l'ANSEJ.

Afin de juger l'efficacité de cette série des lois et procédures engagées durant cette décennie, on va examiner les résultats réalisés selon chaque secteur d'activité et l'organisme de soutien (ANSEJ, ANDI) dont nombre des PME créées et des emplois générés.

3.2 Les caractéristiques des PME en Algérie

Aujourd'hui, considérées comme un acteur majeur des performances économiques du pays, les PME algériennes ont des caractéristiques, qui ne sont pas homogènes et varient d'un secteur d'activité à un autre, selon la dimension de l'entreprise et la région de son

⁹ J.O, n°13, 26/02/2003.

¹⁰ J.O, n° 27, 28/04/2004.

implantation. On peut dire que, les PME en Algérie se distinguent par les caractéristiques suivantes :

- Une structure financière souvent fragile et la prédominance du capital amical (familial) ;
- Une concentration relative dans les secteurs de la production des biens de consommation et des services ;
- Prépondérance des micros-entreprises (96,15 % des PME en Algérie (2009) appartiennent à la catégorie des TPE avec moins de 10 salariés) ;
- Compétence et qualification professionnelles des dirigeants des PME sont souvent non justifiées (faible capacité managériale) ;
- Manque d'encadrement technique ;
- Faiblesse de l'accumulation technologique ;
- Quasi-absence de l'innovation et manque d'inventivité ;
- Faiblesse de l'activité de sous-traitance ;
- Manque d'informations fiables, pertinentes et actualisées ;
- Une grande souplesse structurelle et un manque de spécialisation.

Section 2 : Les dispositifs et les structures d'aide et d'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie

L'état algérien, et dans le cadre d'une politique nationale, a créé des organismes et des structures d'appui et d'aide, pour soutenir le développement des PME et améliorer leurs compétitivité et rendement, et de faciliter leurs accès aux instruments et services financiers adaptés à leurs besoins. Dans ce point, on va brièvement présenter ces organismes et leur rôle pour promouvoir la PME algérienne.

1. Les organismes

1.1 Institutions sous l'égide du ministère

➤ Conseil National Consultatif pour la promotion des PME

Le Conseil national consultatif pour la promotion des PME est un organe consultatif, chargé de promouvoir le dialogue et la concertation d'une manière régulière et permanente, entre les PME et leurs associations professionnelles d'une part et les pouvoirs publics d'autre part, sur des questions d'intérêt national portant sur le développement économique et particulièrement sur la promotion des PME et de l'artisanat. Le conseil a pour objectifs :

- d'assurer le dialogue et la concertation d'une façon régulière et permanente entre les pouvoirs publics et les partenaires socio-économiques sur des questions d'intérêt national portant sur le développement économique et particulièrement sur la promotion des PME et de l'artisanat ;
- d'encourager et de promouvoir la création de nouvelles associations professionnelles ;
- de collecter l'information économique auprès des associations professionnelles et des organisations patronales et d'une manière générale auprès des espaces intermédiaires devant servir à l'élaboration des politiques et stratégies de développement du secteur.

➤ Centres de facilitation

Les centres de facilitation sont des établissements chargés des formalités de constitution, d'information, d'orientation, d'appui et d'accompagnement des petites et moyennes entreprises en activité ainsi que des porteurs de projets. Ils ont pour objectifs :

- d'offrir un guichet adapté aux besoins des créateurs d'entreprises et des entrepreneurs ;
- de développer la culture d'entreprise ;

- d'assurer la gestion des dossiers devant bénéficier de l'aide des fonds créés auprès du ministère de la PME conformément à la réglementation en vigueur ;
- de réduire les délais de création, d'expansion et de reprise des entreprises ;
- de favoriser le développement de nouvelles technologies auprès des porteurs de projets ;
- de créer un lieu de rencontre entre les milieux d'affaires et les institutions et administrations centrales ou locales ;
- de stimuler la valorisation de la recherche par la création d'un climat d'échange entre les porteurs de projets, les centres de recherches, les sociétés de conseils, les organismes de formation, les pôles technologiques, industriels et financiers ;
- de favoriser le développement du tissu économique local ;
- de promouvoir et favoriser la diffusion du savoir-faire ;
- de valoriser les compétences humaines et rationaliser l'utilisation des ressources financières ;
- de constituer une base de données sur la densification spatiale du tissu PME et sur les veilles technologiques ;
- de diffuser les dispositifs d'aide et de soutien aux PME ;
- d'accompagner les PME dans l'intégration économique nationale et internationale.

➤ **Les pépinières d'entreprises :**

Elles sont des établissements publics à caractère industriel et commercial, dotés de la personnalité morale et de l'autonomie financière, créés en 2003 sous formes de trois catégories :

- Atelier : c'est une structure de soutien aux détenteurs de projets dans le secteur de l'industrie et de l'artisanat ;
- Incubateur : structure d'appui qui prend en charge les porteurs des projets dans le secteur des services;
- Hôtel d'entreprise : destinés aux porteurs des projets issus du domaine de la recherche.

En générale, les pépinières d'entreprises sont chargées de :

- accueillir et accompagner les entreprises nouvellement créées pour une période déterminée ;
- gérer et louer des locaux aux PME.
- donner des orientations et des conseils dans le domaine comptable, juridique, financier et commercial.

1.2 Fond de garantie des crédits à la PME

Ce fond a été créé par le décret N° 02/373 du 11/11/2002¹¹. C'est un établissement public, sous l'autorité du Ministère des petites et moyennes entreprises et l'artisanat, ayant une personnalité morale et une autonomie financière et il a entamé officiellement ses activités, le 14 Mars 2004. La création du FGAR obéit à la volonté des pouvoirs publics de mettre en place des mécanismes permettant de faciliter le financement lors de la création et de l'extension d'une PME.

Le fond a pour mission :

- d'intervenir dans l'octroi de garanties en faveur des PME réalisant des investissements en matière de : création d'entreprises, rénovation des équipements et extension de l'entreprise,
- de se prononcer sur l'éligibilité des projets et les garanties demandées,
- de prendre en charge le suivi des opérations de recouvrement des créances en litige.
- d'assurer le conseil et l'assistance technique en faveur des PME bénéficiaires de la garantie du Fonds.
- de promouvoir les conventions spécialisées qui prennent en charge les risques entre les PME, les banques et les établissements financiers,
- d'assurer le suivi des risques découlant de l'octroi de la garantie du Fonds et de délivrer les certificats de garantie pour toutes les formules de financement, etc.

1.3 Caisse de garantie de crédits d'investissement pour les PME (CGCI/PME)

Elle a été créée en 2004 afin de garantir le remboursement d'emprunts bancaires contractés par les PME au titre du financement d'investissements productifs de biens et de services portant sur la création et l'extension ainsi que le renouvellement de l'équipement de l'entreprise. Le capital autorisé de la caisse est de trente (30) milliards de DA. Le capital

¹¹ J.O : Décret exécutif N°02/373 du 11/11/2002.

souscrit de la caisse est de vingt (20) milliards de DA dont 60 % pour le Trésor et 40 % pour les banques publiques (BNA, BEA, CPA, BDL, BADR ET CNEP). La garantie de la CGCI s'exerce selon des modalités bien précises, à savoir la couverture du risque à 80% dans le cas d'un financement de création de PME et la couverture du risque à 60% pour les projets de développement d'activité de production, au maximum de 50 million de Dinars.

1.4 Agence nationale de développement de la PME

Agence nationale de développement de la PME : Elle a été créée par décret exécutif N 05 165 du 03 mai 2005. C'est un établissement public à caractère administratif, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière. L'ANDPME est l'instrument de l'Etat en matière de mise en œuvre de la politique nationale de développement de la petite et moyenne entreprise particulièrement le programme de mise à niveau des PME. A ce titre l'Agence a notamment pour missions :

- De mettre en œuvre la stratégie sectorielle en matière de promotion et de développement de la PME ;
- De mettre en œuvre le programme national de mise à niveau des PME et d'en assurer le suivi ; De promouvoir l'expertise et le conseil en direction des PME ;
- De suivre la démographie des PME en termes de création de cessation et de changement d'activités ;
- De réaliser des études de filières et notes de conjoncture périodiques ;
- De collecter, d'exploiter et de diffuser l'information spécifique au domaine d'activité des PME ;
- De coordonner, en relation avec les structures concernées, entre les différents programmes de mise à niveau du secteur de la PME.

1.5 Agence nationale de développement de l'investissement (ANDI)

Initialement APSI, Agence de Promotion, de Soutien et de Suivi de l'Investissement de 1993 à 2001, puis l'ANDI confiait de (ANDI. 2015) :

- assurer la promotion, le développement et le suivi des investissements nationaux ou étrangers;
- informer et assister les investisseurs dans le cadre de la mise en œuvre de leurs projets ;

- faciliter l'accomplissement des formalités constitutives des entreprises et la réalisation des projets;
- octroyer les avantages liés à l'investissement ;
- gérer le fonds d'appui à l'investissement ;
- gérer le portefeuille foncier et immobilier destiné à l'investissement ;
- contribuer au développement et à la promotion de nouveaux espaces et formes d'investissement pour le marché national.

Dans la réalisation de ses tâches, l'ANDI associe un groupe d'organismes à savoir:

-Le Conseil National de l'Investissement (CNI): Il est placé sous l'autorité du premier ministre, chargé de proposer la stratégie et les priorités pour le développement des investissements ainsi que l'identification des avantages et des formes d'assistance pour ces derniers ;

-Le Guichet Unique: Il est créé au sein de l'ANDI un guichet unique regroupant les administrations et organismes concernés par l'investissement. Il a pour mission de vérification de la réalisation des facilités de procédures et des formalités pour la création des entreprises et la réalisation des projets d'investissement à travers l'entretien des relations permanentes avec les organismes concernés : la Direction des impôts, la Direction de l'Emploi, Département du Trésor, les municipalités concernées.

-Fonds d'Appui à l'Investissement: Il est destiné à financer la prise en charge de la contribution de l'Etat dans le coût des avantages octroyés aux entreprises et de la couverture partielle ou intégrale des travaux d'infrastructures de ces dernières.

1.6 Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat ANADE ex ANSEJ

Il s'agit d'un organisme national doté d'une personnalité morale et d'une autonomie financière. Elle a été créée en 1996 par le décret exécutif N° 96-296 du 8 septembre 1996, complété par le décret exécutif N° 03-288 du 6 septembre 2003. Elle a pour missions de :

- Soutenir, conseiller et accompagner les jeunes promoteurs dans le cadre de la mise en œuvre de leurs projets d'investissement (Micro-entreprise) ;
- Notifier aux jeunes promoteurs les différentes aides du fonds national de soutien à l'emploi des jeunes et autres avantages qu'ils ont obtenus ;

- Assurer le suivi des investissements réalisés par les jeunes promoteurs en veillant au respect des clauses des cahiers de charge qui les lient à l'agence et en les assistant, en cas de besoin, auprès des institutions et organismes concernés par la réalisation des investissements ;
- et Encourager toute autre forme d'action et de mesures tendant à promouvoir la création et l'extension d'activités des Micro-entreprises.

Un décret exécutif portant changement de dénomination et réorganisation de l'Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ) a été publié au Journal officiel (JO) no 70. Ainsi, l'ANSEJ est désormais dénommée « Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat (ANADE) », selon le décret exécutif no 20-329 du 22 novembre 2020 modifiant et complétant le décret exécutif no 96-296 du 8 septembre 1996 portant création et fixant les statuts de l'Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes, et changeant sa dénomination. Par ailleurs, le fonds de caution mutuelle de garantie risques/crédits des jeunes promoteurs pourra désormais assurer l'accompagnement et le suivi des jeunes promoteurs en difficulté de remboursement, selon un décret exécutif publié au JO n° 70¹².

1.7 La Caisse Nationale d'Allocation Chômage (CNAC)

Caisse national d'assurance chômage (CNAC) est un organisme algérien chargé de l'indemnisation des salariés ayant perdu leur emploi pour raison économique, elle gère un fonds crédit pour la création d'entreprise, elle participation au service public de l'emploi.

La caisse nationale d'assurance-chômage a été créée en juillet 1994, en tant qu'institution publique de sécurité sociale. Depuis 2004, la CNAC est chargée de la mise en œuvre d'un dispositif de soutien à la création d'activité pour les chômeurs âgés de 35 à 50ans.

La CNAC a trois missions :

- L'indemnisation de chômage des salariés qui perdent leur emploi pour raisons économiques ;
- La mise en place de mesure active d'aide à la recherche d'emploi ou à la reconversion ;
- Le financement de la création d'activités par des demandeurs d'emploi¹³.

¹² <https://www.elmoudjahid.dz/fr/nation/entrepreneuriat-l-ansej-devient-officiellement-l-anade-2657>

¹³ <https://www.cnac.dz/>

1.8 L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM)

Créée par l'application du Décret exécutif n° 04-14 du 20/01/2004 portant la création et les statuts de l'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit, en tant qu'autre dispositif de soutien à la création d'activités et à la lutte contre le chômage, en permettant aux jeunes de créer leurs propres activités économiques, elle a pour mission de (ANGEM. 2015) :

- Accompagner et soutenir les jeunes promoteurs à la mise en œuvre de leurs idées de projets en octroyant des PNR et toutes sortes d'aide aux bénéficiaires du micro- crédit
- Fournir aux jeunes promoteurs des formations liées à tous les aspects nécessaires à la création et la gestion d'une micro entreprise surtout aux bénéficiaires déclarés éligibles au financement triangulaire illustré au- dessous ;
- Aider à la commercialisation de la production des promoteurs d'activités au niveau local, régional ou national en organisant des salons d'exposition, ce qui permet d'acquérir de nouveaux marchés et expériences

2. Les contraintes à la création des entreprises en Algérie

L'environnement de la création d'entreprise en Algérie est très compliqué. En effet, le jeune entrepreneur algérien se trouve face à des difficultés, plus au moins pénibles à surpasser depuis la création jusqu'au développement de son entreprise. Les contraintes sont synthétisées dans les points suivants¹⁴ :

2.1 Les contraintes financières :

L'un des principaux obstacles des petites entreprises est l'accès au financement, notamment à moyen et à long terme, ce qui les bloque pour investir et se développer. L'accès aux sources de financement est particulièrement difficile pour les entreprises qui ne disposent pas de garanties suffisantes, n'ont pas de références établies, ni d'historique de crédit. Les difficultés financières rencontrées par les PME algériennes comme suite :

L'appui des banques est inadéquat aux besoins de financement des PME. Les procédures d'octroi de crédit sont lourdes et non adaptées aux nouvelles données économiques.

- Le coût du crédit est élevé. Les garanties exigées par les banquiers sont excessives et les délais de traitement des demandes de crédit et des opérations sont trop longs.

¹⁴ Lekhal K K, Korichi Y, Gaboussa A, « Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspectives », Revue des entreprises algériennes, N°4, 2013, p : 41-47.

- L'inefficacité de la réglementation des changes. Elle est inadaptée aux échanges de services
- L'absence de la notion de la prise de risque partagée chez les institutions de financement.
- Un système de fiscalité ordinaire lourd, qui n'a pas une vision stratégique de développement, ni une parafiscalité qui encourage la création d'entreprise.

Ces obstacles poussent les dirigeants des petites et moyennes entreprises à recourir souvent aux ressources de financement familiales et aux réseaux de financement informel, pour survivre, en attendant l'assainissement du réseau formel et l'assouplissement des conditionnalités jugées jusqu'au là insurmontables, par les investisseurs privés.

2.2 Les contraintes relatives au marché du travail

En Algérie, le marché de travail est encore instable et sujet à tous les dépassements possibles. Les contraintes qu'il subit sont multiples :

- Le manque accru des experts en management, des gestionnaires, des techniciens qualifiés
- L'existence de fortes contraintes dans la gestion des ressources humaines, notamment la gestion des contrats, des procédures et des coûts de licenciement, etc.
- L'inexistence d'instituts de formations spécialisées et la faiblesse de la qualité des programmes assurés.
- 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.
- Les difficultés de la pratique des langues étrangères chez la plupart des nouveaux diplômés.

2.3 Les contraintes liées au foncier industriel

La contrainte liée au foncier industriel est l'une des causes principales du recul de nombreux projets et des intentions d'investissements, surtout étrangers. Le manque de transparence dans le traitement des dossiers présente un obstacle sérieux pour la promotion des investissements. Les procédures d'accès au foncier sont lourdes et très longues. En effet,

le temps moyen d'acquisition est entre 1 et 5 ans. L'accès au foncier industriel est très difficile, en termes de disponibilité, des démarches administratives, de prix et de modalités de paiement, etc...

La situation est plus critique pour les petites entreprises, par des immobilisations financières importantes pour l'acquisition des terrains industriels, au détriment de l'acquisition des équipements nécessaires à l'exercice de leurs activités d'exploitations et d'investissements.

Par ailleurs, l'autre obstacle majeur concerne l'ambiguïté du statut juridique des assiettes foncières, dans la mesure où la plupart des investisseurs installés ne possèdent pas d'actes légaux de propriétés authentiques. Malgré les efforts des autorités publiques, avec la création du guichet unique CALPI, la problématique de la multiplication des intervenants n'a pas été réglée, et son rôle s'est avéré essentiellement d'ordre administratif.

2.4 Les contraintes d'ordre administratif et judiciaire

L'un des problèmes les plus importants rencontrés par les petites entreprises algériennes au cours de chaque étape du processus de la création au développement, est celui de la complexité des démarches administratives.

L'administration publique n'a jamais fait l'objet d'aucune mise à niveau, par conséquent elle est devenue un obstacle majeur à l'émergence d'une économie de marché, basée sur la libre concurrence et la promotion de l'investissement privé. Une situation qui découle du manque de transparence dans le traitement des dossiers, de la lourdeur des procédures administratives, du non engagement des institutions concernées, du manque de coordination et de connexion entre les divers organismes impliquées et l'absence de structures d'accueil et d'encadrement. Par ailleurs, la difficulté d'identifier l'entité habilitée à délivrer une autorisation d'exploitation pour une entreprise, livre le dirigeant de cette dernière à un long parcours de combattant, le ballottant d'un service à un autre.

Aujourd'hui, les pratiques bureaucratiques et la corruption caractérisent encore l'administration publique. Ses faibles performances sont dues, essentiellement, au fait qu'elle n'a jamais été l'objet d'une mise à niveau. Actuellement, il est impératif d'entamer une mise à niveau de l'ensemble des institutions administratives intervenant dans l'environnement macroéconomique pour la réussite de la promotion de la petite et moyenne entreprise.

2.5 Les contraintes d'informations

Le manque d'information constitue, aux yeux des experts l'un des principaux obstacles que doivent affronter les dirigeants des petite entreprises, désireux de se porter à la conquête d'un marché extérieur. Cependant, l'économie algérienne est caractérisée par un manque flagrant en matière de disponibilité de l'information. Un déficit d'information fiable et actualisée, à caractère économique, financier et commercial, est à souligner :

- L'absence de banques de données statistiques et d'un système d'informations national.
- Le manque de données et des études de marché national, régional et local.
- Les difficultés d'accès aux sources d'informations spécialisées et à Internet qui est, jusque-là, peu utilisé dans le monde des affaires.
- L'indisponibilité de données et d'orientations sur les opportunités d'investissements.
- Le manque d'informations sur la concurrence et les pratiques des opérateurs économiques.

Conclusion

Depuis les années 1990, l'Algérie vit une transformation radicale de son environnement économique. En effet, l'engagement de l'Etat dans la voie de l'économie de marché libère les activités entrepreneuriales et donne une importance cruciale au secteur des petites et moyennes entreprises.

En Algérie, à l'ère actuelle, on assiste à une multiplicité et une multiplication des programmes pour la promotion de l'entrepreneuriat, ainsi que l'encouragement et le soutien matériel et immatériel à la création des petites et moyennes entreprises, considérées comme le moteur de la dynamique et le développement économique.

Malgré les efforts du gouvernement pour encourager et promouvoir l'entrepreneuriat. Ce dernier fait face à des contraintes importantes. En effet, qu'il s'agisse du financement, des compétences ou de la formation, les mesures mises en place par l'Etat ont du mal à enregistrer les résultats positifs attendus.

Chapitre IV :

*Etude de cas pratique au niveau de
l'ANDI*

Introduction

Dans le cadre de la promotion et de développement de l'entrepreneuriat, l'Etat avait créé le dispositif public ANDI pour accompagner l'entrepreneuriat en Algérie. Cette agence a été créée pour attirer les porteurs de projet. De ce présent chapitre, nous avons tenté d'appuyer les recherches menées dans les chapitres précédents à travers notre stage effectué au sein du guichet unique décentralisé de Tizi-Ouzou de l'agence nationale de développement de l'investissement.

Ce chapitre est divisé en deux parties majeures, la première concerne la présentation du Guichet Unique Décentralisé de l'ANDI au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou puis nous effectuerons une représentation et un diagnostic des résultats recueillis au sein de l'ANDI.

Section 1 : Présentation de l'organisme d'accueil

1. Présentation du GUD

Le Guichet Unique Décentralisé (GUD) est une déconcentration de l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement, au niveau local, créé au niveau de la wilaya. Il regroupe, en son sein, outre les cadres de l'Agence elle-même, les représentants des administrations intervenant à un moment ou à un autre dans le parcours de l'investissement notamment pour les formalités liées à :

- La constitution et d'immatriculation de sociétés,
- Les autorisations et permis requis notamment le permis de construire,
- Les avantages liés aux investissements,

A ce titre, Il est chargé, de l'accueil de l'entrepreneur de la réception de sa déclaration, de l'établissement et de la délivrance de l'attestation de dépôt et de la décision d'octroi d'avantages, ainsi que de la prise en charge des dossiers en rapport avec les prestations des administrations et organismes représentées au guichet unique, de leur acheminement en direction des services concernés et de leur bonne finalisation.

1.1 Composition du GUD

Le guichet unique décentralisé regroupe en son sein les représentants locaux de l'Agence elle-même et ceux :

- du centre national du registre de commerce,
- des services des impôts,
- des services de l'urbanisme,
- de l'aménagement du territoire et de l'environnement,
- ANEM : agence nationale de l'emploi de jeune,
- les représentants de la CNAS et de la CASNOS
- les représentants de l'APC.

Le représentant de l'agence, enregistre les investissements et notifie les attestations d'enregistrement. Il est chargé de traiter toutes les demandes de modification de l'attestation d'enregistrement de l'investissement ainsi que la prorogation des délais s'y rapportant.

Le représentant du centre national du registre de commerce, est tenu de délivrer, dans la journée même, le certificat de non antériorité de dénomination. Il délivre séance tenante le récépissé provisoire permettant l'investisseur d'accomplir les formalités nécessaires la réalisation de son investissement.

Le représentant de l'urbanisme, est chargé d'assister l'investisseur dans l'accomplissement des formalités liées l'obtention du permis de construire et autres autorisations relatives au droit de bâtir. Il réceptionne les dossiers en rapport avec ses attributions et, en assure, personnellement, le suivi jusqu'à aboutissement.

Le représentant de l'environnement est chargé d'informer l'investisseur sur le schéma régional d'aménagement du territoire, sur les études d'impact ainsi que sur les dangers et risques majeurs. Il assiste Également l'investisseur en vue de l'obtention des autorisations exigées en matière de protection de l'environnement. Il réceptionne les dossiers en rapport avec ses attributions et, en assure, personnellement, le suivi jusqu'à aboutissement.

Le représentant de l'emploi informe les investisseurs sur la législation et la réglementation du travail. Il assure la relation avec la structure en charge de la délivrance des permis de travail et tout document requis par la législation et la réglementation en vigueur, en vue d'aboutir une décision dans les meilleurs délais. Il est, Également, chargé de recueillir les offres d'emplois des investisseurs et leur présenter les candidats aux emplois proposés. Il recueille, en outre, les demandes d'autorisation et de permis de travail, en assure la transmission aux structures concernées et en suit le traitement jusqu'à décision définitive.

Le représentant de l'assemblée populaire communale, est chargé de la légalisation de tous documents nécessaires la constitution du dossier d'investissement, conformément à la réglementation en vigueur. La légalisation des documents s'effectue séance tenante.

Les représentants des organismes de sécurité sociale, sont chargés de délivrer séance tenante, les attestations d'employeur, de variation des effectifs, de mise à jour, immatriculation des employeurs et des salariés, ainsi que de tout autre document relevant de leur compétence.

Le GUD est composé de 4 centres à savoir :

- Le centre de gestion des avantages,
- Le centre d'accomplissement des formalités,
- Le centre de soutien à la création de l'entreprise,

- Le centre de la promotion territoriale.

1.2 Le centre de gestion des avantages

Est chargé de gérer, à l'exclusion des cas prévus par l'article 35 de la loi relative à la promotion de l'investissement, les avantages et incitations divers mis en place, au profit de l'investissement, par la législation en vigueur.

A ce titre, le centre de gestion des avantages :

- vise, dans un délai n'excédant pas les quarante-huit (48) heures, la liste des biens et services éligibles aux avantages ainsi que l'extrait de la liste constituant l'apport en nature ;
- assure le traitement des demandes de modification des listes citées ci-dessus ;
- autorise, dans les conditions prévues par la réglementation prise en application de la loi relatives à la promotion de l'investissement, les cessions et transferts d'investissement et reçoit les déclarations s'y rapportant lorsque ces opérations portent sur un ou des actifs isolés ;
- établit les franchises de TVA portant sur les acquisitions de biens et de services portés sur la liste des biens et services bénéficiant des avantages fiscaux ;
- établit le procès-verbal de constat d'entrée en exploitation, en vue du bénéfice des avantages ou de la clôture définitive du dossier d'investissement ;
- traite, en liaison avec l'administration des douanes, des demandes de levée d'incessibilité des biens acquis sous conditions privilégiées et, notifie les décisions s'y rapportant ;
- établit l'état semestriel de rapprochement entre les investissements dont les effets de l'enregistrement sont arrivés à échéance et, les procès-verbaux d'entrée en exploitation réceptionnés ;
- met en demeure les investisseurs n'ayant pas satisfait à l'obligation d'établissement du procès-verbal de constat d'entrée en exploitation ;
- émet les avis de déchéance des droits à avantages, pour les investissements relevant de sa compétence et, procède, le cas échéant, à leur retrait ;
- accomplit toutes tâches en rapport avec ses missions ».

1.3 Le centre d'accomplissement des formalités

Le centre d'accomplissement des formalités est chargé de fournir les prestations liées aux formalités constitutives des entreprises et à la réalisation des projets.

Il regroupe dans un même espace les services directement chargés de l'exécution des procédures liées à l'accès et à l'exercice des activités et à la réalisation des projets, notamment les déclarations, notifications ou demandes nécessaires aux fins d'autorisation auprès des autorités compétentes.

Le centre d'accomplissement des formalités regroupe en son sein, outre les agents concernés de l'Agence, les représentants de l'Assemblée populaire communale du lieu d'implantation du guichet unique décentralisé, du centre national du registre de commerce, de l'urbanisme, de l'environnement, du travail, de la caisse des assurances sociales des travailleurs salariés et non-salariés. Les représentants sont chargés de :

- Le représentant de l'Agence enregistre les investissements et notifie les attestations d'enregistrement. Il est chargé de traiter toutes les demandes de modification de l'attestation d'enregistrement de l'investissement ainsi que la prorogation des délais s'y rapportant.
- Le représentant du centre national du registre de commerce est tenu de délivrer, dans la journée même le certificat de non antériorité de dénomination.
- Il délivre séance tenante le récépissé provisoire permettant à l'investisseur d'accomplir les formalités nécessaires à la réalisation de son investissement.
- Le représentant de l'urbanisme est chargé d'assister l'investisseur dans l'accomplissement des formalités liées à l'obtention du permis de construire et autres autorisations relatives au droit de bâtir. Il réceptionne les dossiers en rapport avec ses attributions et en assure personnellement le suivi jusqu'à aboutissement.
- Le représentant de l'environnement est chargé d'informer l'investisseur sur le schéma régional d'aménagement du territoire, sur les études d'impact ainsi que sur les dangers et risques majeurs. Il assiste également l'investisseur en vue de l'obtention des autorisations exigées en matière de protection de l'environnement. Il réceptionne les dossiers en rapport avec ses attributions et en assure personnellement le suivi jusqu'à aboutissement.

- Le représentant de l'emploi informe les investisseurs sur la législation et la réglementation du travail, Il assure la relation avec la structure en charge de la délivrance des permis de travail et tout document requis par la législation et la réglementation en vigueur, en vue d'aboutir à une décision dans les meilleurs délais. Il est également chargé de recueillir les offres d'emplois des investisseurs et à leur présenter les candidats aux emplois proposés. Il recueille, en outre, les demandes d'autorisation et de permis de travail, en assure la transmission aux structures concernées et en suit le traitement jusqu'à décision définitive.
- Le représentant de l'Assemblée populaire communale est chargé de la légalisation de tous documents nécessaires à la constitution du dossier d'investissement conformément à la réglementation en vigueur. La légalisation des documents s'effectue séance tenante.
- Les représentants des organismes de sécurité sociale sont chargés de délivrer séance tenante, les attestations d'employeur de variation des effectifs, de mise à jour de l'immatriculation des employeurs et des salariés ainsi que de tout autre document relevant de leur compétence.

1.4 Le centre de soutien à la création d'entreprise

Le centre de soutien à la création des entreprises est chargé d'aider et de soutenir la création et le développement des entreprises.

Il fournit aux investissements éligibles au dispositif de la loi relative à la promotion de l'investissement, un service d'information, de formation et d'accompagnement.

- Au titre de l'information, il assure un rôle de communication et de mise à disposition de toutes les informations techniques économiques et statistiques sur tous les aspects du projet envisagé.
- Au titre de la formation, il organise des cycles de formation au profit des porteurs de projets portant sur toutes les étapes de ce dernier.
- Au titre de l'accompagnement, il fournit des prestations d'accompagnement de l'idée jusqu'à la phase de réalisation du projet. Il développe, à ce titre, un service de proximité au profit des porteurs de projets dans l'élaboration du plan d'affaires et du montage du projet.

1.5 Le centre de promotion territoriale

Les représentants des administrations publiques et organismes présents au niveau des centres, sont pleinement habilités à délivrer directement à leur niveau les documents requis et à fournir les prestations administratives liées à la réalisation de l'investissement et la constitution des sociétés.

Ils sont, en outre, chargés d'intervenir auprès des services centraux et locaux de leurs administrations ou organismes d'origine pour lever les difficultés éventuelles rencontrées par les investisseurs.

Les documents délivrés par les représentants des administrations et organismes, au niveau des centres, sont opposables aux administrations et organismes concernés.

2. Suivi et contrôle des avantages accordés

Les investissements qui bénéficient des avantages accordés font l'objet durant leur période d'exonération d'un suivi. Ce dernier est effectué par l'agence en relation avec les administrations et organismes chargés de veiller au respect des obligations et engagements nés du bénéfice des avantages octroyés. Le suivi exercé par l'agence se réalise par un accompagnement et une assistance aux investisseurs ainsi que par la collecte d'informations statistiques diverses.

Au titre du suivi, les autres administrations et organismes concernés par la mise en œuvre du dispositif d'incitations sont chargés de veiller, conformément aux procédures régissant leur activité et pendant toute la durée des exonérations, au respect, par les investisseurs, des obligations mises à leur charge au titre des avantages accordés.

- En cas de non-respect des obligations découlant de la présente ordonnance ou des engagements pris par les investisseurs, les avantages fiscaux, douaniers, parafiscaux, financiers, sont retirés, sans préjudice des autres dispositions législatives. La décision de retrait est prononcée par l'agence.
- En cas de fausse déclaration : Toute fausse déclaration entraîne systématiquement l'annulation de la décision sans préjudice des autres dispositions légales en vigueur prévues en la matière.
- Non-respect des engagements : En cas de non-respect des engagements ayant prévalu aux bénéfices des avantages, l'Agence peut procéder au retrait partiel ou total des avantages accordés sans préjudice des autres dispositions légales en vigueur.

- État d'exécution des engagements : L'investisseur ayant bénéficié des avantages est tenu de déposer une fois par an avant le 31 juillet de l'année considérée, auprès de l'Agence, une situation mettant en évidence l'état d'exécution des engagements souscrits, accompagné d'un extrait du bilan visé par les impôts (actif, passif, tableau des investissements). L'absence de fourniture de l'état d'exécution des engagements constitue une cause d'annulation.
- Cession des investissements ayant bénéficié d'avantages : Les biens acquis dans le cadre de l'investissement déclaré sont incessibles pendant toute leur durée d'amortissement légale, sauf autorisation accordée dans le cadre de l'article 30 de l'ordonnance n° 01/03 DU 20 Août 2001 relative au développement de l'investissement.
- La cession ou le transfert doit être postérieur à l'autorisation de l'Agence, laquelle est sollicitée légalement par le cédant.

Sauf cas de force majeure, le projet doit connaître un début d'exécution dans un délai d'une année à compter de la date d'établissement de la décision d'octroi d'avantages.

A l'issue de ce délai et sauf prorogation expresse de l'Agence, la décision est frappée de caducité.

Le défaut de retrait de la décision dans un délai de 6 mois à compter de l'expiration du délai légal de notification entraîne son annulation.

Sous peine d'annulation d'office de la décision, toute modification de l'un des éléments contenus dans cette déclaration doit être communiquée à l'ANDI.

3. Le rôle du GUD

Le rôle du guichet unique décentralisé est de faciliter et simplifier les procédures légales de constitution des sociétés et de mise en œuvre des projets d'investissement. A cet effet, les représentants des administrations et organismes public qui le composent sont chargés de délivrer directement à leur niveau, les documents requis et à fournir les informations et les prestations administratives liées à la réalisation de l'investissement. Ils sont, en outre, chargés d'intervenir auprès des services centraux et locaux de leurs administrations ou organismes d'origine pour lever les difficultés éventuelles rencontrées par les investisseurs.

Afin de garantir l'efficacité de l'action du guichet unique et en faire un véritable instrument de simplification et de facilitation en direction des investisseurs, des

réaménagements ont été introduits, afin de lui permettre de s'ériger en espace incontournable pour la réalisation et le développement des projets d'investissement. Les prestations fournies par le guichet, ne se limitent plus à la simple information mais s'étendent à l'accomplissement de l'ensemble des formalités requises, grâce à la délégation effective du pouvoir d'action, de décision et de signature accordés par les administrations et organismes concernées, aux représentants, au sein du guichet.

3.1 La collecte de données statistiques par le GUD Tizi-Ouzou

Le GUD de Tizi-Ouzou collecte des données relatives aux projets ayant bénéficiés des avantages ANDI. En effet, une fiche récapitulative des états d'avancement des projets doit être remplie par l'ensemble des promoteurs et doit être déposée au niveau du GUD à une date déterminée par le guichet. Cette fiche récapitulative contient des informations relatives à la variation de l'effectif, la capacité de production dans le cas où c'est une entreprise de production et la richesse créée par l'entreprise.

Les données statistiques obtenue grâce aux fiches récapitulatives servent de référence au CNI, elles servent également d'appui à ce dernier dans la prise de décisions.

3.2 La régulation du marché local

L'ANDI, à travers les avantages octroyés pour des entreprises actives dans certains secteurs et les exclusions de certaines activités contribue à la régulation du marché local. A titre d'exemple, la saturation du secteur de la production laitière au niveau de la Wilaya de Tizi-Ouzou a poussé l'ANDI à exclure cette activité dans la liste des activités éligibles aux avantages ANDI au sein de la Wilaya de Tizi-Ouzou.

4. Mission du GUD

Le Guichet unique décentralisé de Tizi-Ouzou a eu à accomplir ses missions qui lui ont été assignées, et qui se traduisent par :

- Le service de promouvoir l'investissement dans la région,
- Assurer, dans tous les domaines utiles à l'investissement, un service d'accueil et d'information au profit des investisseurs,
- Assister les promoteurs dans la concrétisation de leurs projets d'investissements
- Identifier les obstacles et contraintes de toute nature entravant la réalisation des investissements et les communiquer à la Direction Générale de l'ANDI afin de

permette à cette dernier de proposer au Ministre de tutelle, des mesures organisationnelles et réglementaires à même d'y remédier.

- Assurer un service de mise en relation d'affaires et de facilitation des contacts des investisseurs non-résidents avec les opérateurs algériens et de promouvoir les projets et les opportunités d'affaire.

Section 2 : Interprétation des résultats

1. Apport de l'ANDI pour l'entrepreneuriat

Le dispositif ANDI a permis la création d'un nombre assez important d'entreprise. Au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou, l'apport de l'ANDI a pu être constaté après l'installation du GUD de Tizi-Ouzou en 2009¹.

Tableau n °02 : Nombre de projets et d'emplois déclarés du 01/01/2010 au 31/12/2019.

Secteur juridique	Nombre de projets	Nombre d'emplois	Montant en MDA
Privé	5918/ 99.75 %	41245/98.62 %	252679/97.66 %
Public	13/0.22%	551/11.42%	6000/2.32%
Mixte	2/0.03%	28/0.58%	42/0.02%
Total	5933/100%	41824	258721/100 %

Source : ANDI- GUD de Tizi-Ouzou

Le nombre total de projets déclarés depuis la création du GUD de Tizi-Ouzou jusqu'au dernier semestre de l'année 2019 est de 5 933. La plupart des projets déclarés sont des projets du secteur privé. On compte notamment 5 918 projets pour le secteur privé alors que le nombre de projets du secteur public est de 13. Les projets à capitaux mixtes viennent en dernière position avec 2 projets seulement.

¹ Document interne de l'ANDI.

Chapitre IV : Etude de cas pratique au niveau de l'ANDI

Le GUD de Tizi-Ouzou a contribué à la création de 41 245 emplois grâce aux avantages octroyés aux projets du secteur privé. Pour ce qui est des projets du secteur public et mixte, ils génèrent très peu d'emploi et cela est dû à leur nombre inférieur.

Tableau n °03 : Nombre de projets et d'emplois déclarés du 01/01/2010 au 31/12/2016

Secteur juridique	Nombre de projets	Nombre d'emplois	Montant en MDA
Privé	5371/99,74%	31070/98.23 %	176912/96.74 %
Public	12/0.22%	531/1.68%	5920/3.24%
Mixte	2/0.04%	28/0.09%	42/0.02%
Total	5385/100%	31629/100%	182874/100 %

Source : Document interne du GUD

Depuis la création du GUD de Tizi-Ouzou jusqu'à la fin de l'année 2016 (avant la promulgation de la loi sur la promotion de l'investissement) le nombre total de projets ayant bénéficié des avantages ANDI est de 5 385.

Tableau n°04 : Nombre de projets déclarés et d'emplois créés par secteur au S1/2019.

Secteur d'activité	Nombre de projets	Nombre d'emplois	Montant en MDA
Agriculture	10	139	2408
BTHP	30	226	1425
Industrie	55	1194	13068
Santé	2	43	110
Transport	0	0	0

Chapitre IV : Etude de cas pratique au niveau de l'ANDI

Tourisme	9	380	4589
Services	7	86	166
Hydrocarbures	0	0	0
Commerces	0	0	0
Télécommunications	0	0	0
Total	113	2068	21766

Source : ANDI-GUD de Tizi-Ouzou

Au sein de la Wilaya de Tizi-Ouzou et durant le premier semestre 2019, seulement 113 projets ont été déclarés dans l'ensemble des secteurs. Ceci étant dû à la crise politique et économique que traversait l'Algérie.

Tableau n °05 : Nombre de projets et d'emplois générés par type d'investissement

Type d'investissement	Nombre de projets	Nombre d'emplois	Montant en MDA
Création	3537	24605	144015
Extension	1917	16172	107413
Réhabilitation	476	1013	6180
Réhabilitation-Extension	3	34	1112
Montant	5933	41824	258720

Source : Document interne du GUD

Les données du tableau montrent que le nombre de projets d'investissement dans le cadre des créations est le plus important par rapport aux autres types d'investissement.

L'agence nationale du développement et de l'investissement ANDI a contribué dans le processus d'absorption du chômage à travers son rôle qui consiste à aider les investisseurs désirant réaliser leurs projets, que ce soit au niveau technique et fiscale.

2. Lancement d'un projet au niveau de l'ANDI

Dans cette présente section, nous allons voir comment se traite un dossier ANDI pour le financement d'un projet d'investissement d'une unité de production de pâtes alimentaires. Nous allons voir les différentes étapes du traitement du dossier et la relation ANDI-BNA.

2.1 Traitement d'un dossier par l'ANDI

La délivrance d'une décision d'octroi d'avantages par le GUD est nécessaire pour bénéficier des avantages fiscaux et parafiscaux prévus dans le code de l'investissement. Pour pouvoir en bénéficier, le promoteur doit fournir au préalable une déclaration d'investissement et formuler une demande d'octroi des avantages.

2.1.1 Déclaration d'investissement

Une déclaration d'investissement est un formulaire téléchargeable sur le site de l'ANDI, le document est joint dans l'annexe n°01. Il s'agit d'une formalité pour laquelle le promoteur exprime son intention de réaliser son projet entrant dans le champ d'application de l'ordonnance n°01-03 du 20 Août 2001. Il doit être déposé préalablement au niveau du GUD.

2.1.2 Demande d'avantages

Lors du dépôt de la déclaration d'investissement, le promoteur fait une demande d'avantages en fonction du régime pour lequel il aura opté. Pour le cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou, elle n'est soumise qu'au régime générale. Toutefois, il y a des Wilaya qui sont soumises à la fois au régime général et au régime dérogatoire, à l'instar de la Wilaya de Bouira. A cet effet, les services habilités de l'ANDI délivrent, après étude et approbation du dossier, la « Décision d'octroi des avantages », et visent « la liste des équipements à acquérir » dans un délai variant de 72 heures à maximum 10 jours, selon si c'est au titre de la réalisation ou au titre de l'exploitation, à compter de la date de dépôt de la déclaration et de la demande d'avantages. La liste des biens et services bénéficiant des avantages fiscaux est jointe dans l'annexe n°02.

2.1.3 Durée de la réalisation de l'investissement

L'investisseur doit convenir avec l'agence ANDI de la durée de réalisation de l'investissement. Le délai prend effet à compter de la date de notification de la décision d'octroi des avantages.

2.2. Présentation du cas

Au titre de la promotion du secteur de l'industrie agroalimentaire, monsieur « x » désire créer une usine de production de pâtes alimentaires, dont le projet va stimuler les diverses variables de la microéconomie à savoir, le coût, le prix, la production ainsi que la consommation. Il s'agit donc de relancer l'économie à travers une technologie moderne, une bonne connaissance dans le domaine de la production, en tenant compte de l'insuffisance de la production nationale. L'idée naît de la volonté de créer un produit qui, de par les matières premières utilisées et le type de travail fournit, s'inspirant d'anciennes recettes et ce, pour donner une qualité exceptionnelle tout en conservant les saveurs des pâtes faites à la maison et dans le respect des normes en vigueur en matière d'hygiène et de sécurité des produits alimentaires.

L'usine aura une superficie de 155 M2, elle sera équipée d'un matériel très moderne et très automatisé qui offrira une importante polyvalence et une capacité technique pour l'élaboration de tout type de gammes de produits allant des formats typiques aux plus traditionnels ; elle disposera de plusieurs lignes de production (pâtes longues, pâtes courtes et spécialités) qui sont totalement automatisées et qui sont dotées d'un processus de séchage à haute température. L'usine aura une capacité de production de plus de 800 Kg par heure, les différentes machines de conditionnement des pâtes ainsi que leur emballage se feront d'une façon automatique. Les frais de l'installation des machines seront assurés par le fournisseur, avec un, technicien qui assura le bon fonctionnement des machines pour une période de 03 mois. La Banque de domiciliation du projet est le Banque Nationale d'Algérie « BNA ».

2.2.1 Les avantages obtenus par l'ANDI

Le projet a bénéficié d'avantages ANDI par une franchise de TVA sur les équipements de production ainsi que sur l'assurance.

Le projet présente plusieurs intérêts, dont nous pouvons citer :

- Valorisation de ressources locales ;
- Le développement local, régional et national ;

- Le développement de la filière (en amont ou en aval du projet) ;
- Substitution à l'importation ;
- Exportation ;
- Augmentation des capacités de production nationale ;
- Développement de la sous-traitance ;
- Transfert de technologie.

La mise en exploitation du projet permettra la création de (10) emplois directs et permanents à partir de la première année, cet effectif évoluera en fonction des besoins de l'exploitation.

2.2.2 Financement du projet

Le montant global du projet s'élève à 17 600 000.00 DA, monsieur « x » a besoin d'un financement s'élevant au montant de 10 600 000.00 Da qui consiste à un emprunt bancaire pour une durée de 5 années. La structure de financement proposée par monsieur « x » est la suivante : Montant du projet : 17 600 000,00 Montant de l'emprunt 60% : 10 560 000,00 Apport personnel 40% : 7 040 000,00 Taux d'intérêt bonifié : 2,50%.

2.3 Présentation de la BNA 583 Tizi-Ouzou

L'agence BNA 583 est une agence de deuxième catégorie, elle a été créée en 1986, elle localisée à l'immeuble Kessi Carrefour du 20 avril, nouvelle ville Tizi-Ouzou, elle compte 25 employés. Elle est constituée de trois (03) services, deux services back office et un service front office :

- ✓ Service front office :
 - ✓ Service caisse
 - ✓ -Services Back office :
 - ✓ Service engagement
 - ✓ Service commerce extérieurs
- Le service engagement est constitué de deux cellules :
- ✓ Etude et analyse des dossiers de crédit
 - ✓ Gestion administrative et suivi des engagements

2.3.1 Etapes du traitement du dossier de demande du crédit d'investissement

Voici les différentes étapes du traitement d'un dossier de demande du crédit d'investissement :

- Après réception du dossier, le chargé clientèle remet au client un récépissé de dépôt provisoire.
- Après vérification du dossier, le chargé clientèle contacte le client en cas de manque d'un document ou de non-validité, sinon, il établit un récépissé de dépôt définitif une fois le dossier complété.
- Le chargé clientèle fait signer une autorisation de consultation auprès de la centrale des risques au client.
- Après la réception du rapport de la centrale des risques, le chargé clientèle envoie le dossier au chargé d'étude au service crédit qui va traiter le dossier du client.
- Le chargé d'étude procède à l'analyse des états financiers du client en remplissant soit le ST 44 dans le cas où il s'agirait d'un pouvoir agence, soit le ST114 dans le cas où il s'agirait d'un pouvoir régional ou central, où ce dernier devra formuler les demandes de crédits sollicités par le client, les autorisations de crédits ainsi que les crédits encours et établir des observations à l'issue de son analyse. Il doit aussi faire une étude de la viabilité du projet.
- Le chargé d'étude après avoir remplie le ST 44 ou le ST 114 devra établir une fiche d'appréciation où il devra interpréter les ratios utilisés et argumenter son accord ou son rejet de la demande de crédit. Cette fiche devra être signée par le directeur de l'agence.
- La banque va notifier au client en cas d'accord ou de rejet. En cas d'accord, un rendez-vous avec le client sera fixé pour la signature de la convention.

2.3.2 Le rapport entre l'ANDI de Tizi-Ouzou et l'Agence BNA 583

L'agent chargé du traitement du dossier ANDI au sein de la BNA procède à une simple vérification de l'attestation ANDI qui a été délivrée. Il n'y a donc pas de rapport direct entre l'ANDI et la BNA.

La délivrance d'une attestation ANDI permet à au bénéficiaire de jouir de l'ensemble des avantages énumérées dans cette dernière.

Conclusion

A travers ce chapitre, nous avons pu comprendre le fonctionnement de l'ANDI. Il s'agit en effet, d'un organisme qui octroie différents avantages aux entrepreneurs. Depuis le démembrement de l'agence, ils ont un meilleur accès aux services de l'agence. De plus, le fait qu'elle soit connectée avec d'autres administrations et organismes garantit la fluidité du flux informationnel.

On peut conclure de ce qui précède que le dispositif ANDI a contribué d'une manière considérables à aider les jeunes entrepreneurs à se prendre en charge, à créer leur propre projet et leur emploi. Ceci démontre que l'ANDI en offrant de multiples avantages aux investisseurs, donc l'ANDI a un impact positif sur l'économie de la région de Tizi-Ouzou en créant de nouveaux postes de travail.

Malgré que ce dispositif encourage l'entrepreneuriat, ce dernier fait face à des contraintes soit du financement ou de la formation.

Conclusion générale

Conclusion générale

La création d'entreprise et, d'une façon plus large, l'entrepreneuriat sont aujourd'hui unanimement reconnues comme étant des phénomènes vitaux pour la société, par leur contribution à la régénération et au développement de l'économie.

L'entrepreneuriat s'articule autour d'un entrepreneur qui est un individu doté de ses caractéristiques spécifiques à lui, ayant des raisons qui lui motive à entreprendre, et l'entreprise qui est le résultat du processus de l'entrepreneurial. Les motivations qui amènent l'entrepreneur à créer sa propre entreprise sont principalement la volonté d'être indépendant, le goût du challenge ou la nécessité de créer son propre emploi. En effet, il est important de réparer ses motivations profondes à créer une entreprise, afin de valider sa réelle volonté à se lancer dans cette aventure.

Cependant pour devenir son propre patron cela suppose de respecter certaines étapes et n'en négliger aucune. Ainsi, le panel des aides proposées mêlées à la créativité et la volonté d'une personne aboutissent à priori au succès.

Il existe un nombre important de définitions de l'entrepreneuriat, mais quelques dimensions clés peuvent être retenues. Nous pouvons retenir les dimensions suivantes, soit la création d'une nouvelle entreprise ou de son propre emploi; la création de nouveaux produits ou processus; la prise de risque tant pour l'entrepreneur que pour l'entreprise; l'innovation, quelle qu'en soit la forme; la création de valeur; la capacité de l'entreprise à générer des profits, et à croître, le repérage et l'exploitation d'une ou de plusieurs opportunités d'affaires et la mobilisation des ressources, qu'elles soient limitées ou non.

L'entrepreneuriat offre de nombreuses possibilités, car c'est la réalisation d'un projet, quelle que soit la démarche suivie : individuelle ou collective, à finalité économique et/ou sociale, modifiant radicalement les comportements ou reposant sur une amélioration d'un produit ou service déjà existant, technologique ou non.

Les nombreux programmes de création et de promotion des entreprises en Algérie, tel que : ANDI 'ex APSI', ANSEJ, ANGEM, CNAC : ont en effet réussi à constituer un tissu de PME, mais qui sont loin de refléter les grandes ambitions politiques puisque le secteur des hydrocarbures reste encore le seul qui génère 98% des richesses du pays.

La réalisation d'un projet d'investissement en Algérie demeure difficile vue la complexité du climat des affaires. Les principaux obstacles de l'entrepreneuriat privé, sont

principalement d'ordre administratif (complexité et lenteur des procédures administrative) et financier (rigidité des banques).

Dans notre travail, on s'est intéressé à étudier le phénomène de l'entrepreneuriat au niveau du Guichet Unique Décentralisé de l'ANDI au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou, on a constaté que l'entrepreneuriat demeure un processus de création de valeur qui constitue un formidable levier de croissance et d'innovation. Par ailleurs, l'entrepreneuriat est aussi une dynamique de changement pour l'individu, ce dernier, en s'investissant dans la création de son entreprise, est susceptible de changer de savoir-faire. Dans ce sens l'entrepreneuriat est le rapport entre (individu/création de valeur).

En effet, notre recherche nous a permis de prendre certaines responsabilités par la suite de consolider de plus en plus nos connaissances théoriques et pratiques. C'est là que réside la valeur d'un tel projet de fin d'étude qui combine les exigences de la vie professionnelle aux côtés bénéfiques de l'enseignement pratique que nous avons eu à l'ANDI de Tizi-Ouzou.

Au terme de ce travail de recherche, nous espérons avoir participé à la réflexion sur la problématique relative à l'entrepreneuriat et les stratégies de création d'entreprise. A l'avenir nous souhaitons que d'autres travaux viennent enrichir le nôtre.

Bibliographie

❖ Ouvrage :

- A.FAYOLLE et L.J.Filion : «Devenir entrepreneur, Edition VILLAGE MONDIAL, Paris, 2006.
- ALAIN Fayolle, « le métier de créateur d'entreprise », édition, d'organisation 2003.
- Boutillier. S, Uzunidis. D, « l'entrepreneur, une analyse socioéconomique », Economica, Paris, 1995.
- Cachon J, « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi ».
- Cantillon, « Essai sur la nature du commerce en général », 1952 [1755]..
- Emile-Michel Hernandez, le processus entrepreneurial vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat, ed
- F. Jansen, « Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat ».
- FAYOLLE, A., 2004. Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre, Dunod, Paris.
- l'Harmattan, Paris 1999.
- Fayolle. A, « Le métier de créateur », Editions d'Organisation, 2003.
- Gilles Bressy et Cristian KonKuyt, économie d'entreprise, 8ème Edition 2006.
- H.Mintzberg « Le manager au quotidien » Ed. l'organisation, 1984.
- Hernandez , « l'entrepreneuriat, approche théorique », 2001.
- Julien P, Marchesnay M, « L'entrepreneuriat », Economica, Paris, 1996.
- P.A Julien : « Les PME bilan et perspectives », éd Economica, Paris ,1996.
- Ronan Le Velly, « Entrepreneuriat Social », Editions Presses de Sciences Po, 2014.
- VERSTRAETE, T., 2000. Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat, Editions EMS.

❖ Mémoire :

- Assoul Sami, « Entreprenariat et développement économique en Algérie », Mémoire de master, Béjaia 2020.
- Berber nawel « L'entrepreneuriat en Algérie », Mémoire de magister, Oran, 2014.
- Djouadi Youcef, « L'entrepreneur et les motivations de création d'entreprise : Cas de la wilaya de Bejaia » ; Mémoire de fin d'étude, Béjaia, 2020..

❖ Loi :

- ✚ Journal Officiel, n°77,15/12/2001.
- ✚ J.O, n°74,13/11/2002.
- ✚ J.O, n°13, 26/02/2003.
- ✚ J.O, n° 27, 28/04/2004.
- ✚ J.O : Décret exécutif N°02/373 du 11/11/2002.

❖ Revue :

- ✓ ACHOUR F.Z & AMMARI S. (2020) « Entrepreneuriat et création d'entreprises : un aperçu des différentes approches », Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 3 : Numéro 3», p 933.
- ✓ HERNANDEZ, E.M : « De nouvelles règles pour entreprendre », Revue problèmes économiques, n° 2764, 2002.
- ✓ Ministère de l'Industrie, de la Petite et Moyenne Entreprise, et de la Promotion de L'investissement, bulletin d'information, statistiques n° 17, 1er semestre 2010.
- ✓ Wassila TABET AOUEL, « LA THEORIE DE L'ENTREPRENEUR : UNE APPROCHE FONCTIONNELLE CAS DE L'ENTREPRENEUR ALGERIEN », Revue, P 205.

❖ Site web :

[_http://www.2a.cci.fr/assets/components/tinymce/js/tinymce/plugins/filemanager/files/Notre_offre/entreprendre/Etapes_a_la_creation_dentreprise.pdf](http://www.2a.cci.fr/assets/components/tinymce/js/tinymce/plugins/filemanager/files/Notre_offre/entreprendre/Etapes_a_la_creation_dentreprise.pdf).

-https://www.doc-developpement-durable.org/file/Gestion-entreprises-et-associations/creation%20d-entreprise/pfca34_methodologie.pdf.

- <https://www.leblogdudirigeant.com/elaborer-sa-strategie/>.

- <https://www.lecoindesentrepreneurs.fr/strategie-dentreprise-definition-mise-en-place/>.

- fseg.univ-tlemcen.dz/larevue09/FARIDA%20MERZOUK.pdf.

- <https://www.elmoudjahid.dz/fr/nation/entrepreneuriat-l-ansej-devient-officiellement-l-anade-2657>

-<https://www.cnac.dz/>.

Liste des annexes

❖ Liste des annexes:

Annexe 01: Attestation d'enregistrement d'investissement arabe/Français.

Annexe 02: Listes des biens et des services bénéficiant des avantages fiscaux.

Annexe 03 : Dossier à fournir pour l'extension.

Annexe 04 : Listes valorisées des biens et services a acquérir.

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTERE DE L'INDUSTRIE

AGENCE NATIONALE DE DEVELOPPEMENT DE L'INVESTISSEMENT

ANDI

GUICHET UNIQUE DECENTRALISE DE **TIZI OUZOU**

ATTESTATION D'ENREGISTREMENT D'INVESTISSEMENT

N° Date

Je soussigné Mr Directeur du Guichet Unique Décentralisé de l'ANDI au niveau de la wilaya de **Tizi Ouzou** atteste avoir procédé à l'enregistrement de l'investissement ci-dessous décrit, sur demande de Mr, né le à demeurant au **Commune** **Wilaya de** titulaire de la CNI/ Permis de conduire n°..... délivré le par La Wilaya de **Tizi Ouzou** agissant en qualité de **Propriétaire** pour le compte de ~~L'entreprise Individuelle~~ /de l'EURL/la **SARL**..... /SPA/SNC à capitaux nationaux résidents ~~ou à capitaux mixtes~~, domiciliée au **Commune** **Wilaya de Tizi Ouzou** ; enregistrée au registre de commerce sous le n° en date et titulaire d'un numéro d'identification fiscale (N.I.F) n° du...../..... constituée, pour l'exercice de (l')(s) activité objet du code :

Entre les principaux actionnaires/associés suivants :

- Nom et prénom :.....Néant.....
- Nationalité :...../.....
- adresse :/.....

- Nom et prénom :..... Néant
- Nationalité :...../.....
- adresse :/.....

1. Type d'investissement :

- a- ☒ CREATION
- b- ☐ EXTENSION: ☐ Quantitative ☐ Qualitative
- c- ☐ REHABILITATION :
- ☐ Rationalisation ☐ Modernisation ☐ Augmentation de Productivité

- ☐ Remplacement ou renouvellement à l'équivalent ☐ Réactivation

2- Désignation et description du projet :

Le projet consiste en la création d'une

3. Lieux d'implantation :

- Siège social : Commune Wilaya de Tizi Ouzou
- Sites d'activités : Commune Wilaya De Tizi Ouzou

4. Produits et/ ou services envisagés :

.....

5. Capacités nominales de production et/ou de prestation:

.....

6. Emplois directs prévus (en sus de ceux existant éventuellement) : (.....) Postes

7. En cas d'extension, de réhabilitation:

- Emplois existants :/.....
- Montant des investissements bruts totaux figurant au dernier bilan (en KDA) :
...../..... KDA

8. Durée de réalisation convenue avec l'agence (Nombre de mois) : Trente Six (36) Mois

9. Montant Prévisionnel¹ EN KDA : KDA

- Dont Biens et services bénéficiant des avantages fiscaux : KDA
- Biens et services ne bénéficiant pas des avantages fiscaux : KDA
- Montant éventuel des apports en nature : KDA

10. Montant des apports en fonds propres² (KDA) : KDA

- Dont Dinars : KDA
- Devise : KDA

En réponse à la question de savoir si l'investissement a déjà bénéficié d'avantages, soit pour l'investissement objet du présent enregistrement, soit pour un autre investissement, l'investisseur a répondu par :

☐ OUI

☒ NON

Dans l'affirmative, indiquer les numéros et dates de l'enregistrement et/ou de la décision d'octroi d'avantages

¹Les montants figurant dans Cette rubrique sont prévisionnels et indicatifs sous réserve du seuil de compétence du CNI et du seuil minimum d'éligibilité pour les investissements autres que de création, la non correspondance du montant des réalisations avec ces derniers, n'affecte en rien les droits de l'investisseur à avantages, à obtention des documents ou à accomplissement des formalités prévues en application de la loi n°16-09 du 29 Chaoual 1437 correspondant au 3 août 2016 relative à la promotion de l'investissement.

²Le non-respect du seuil minimum de fonds propres fixé par la réglementation en vigueur en application de l'article 25 de la loi n°16-09 du 29 Chaoual 1437correspondant au 03 Août 2016 relative à la promotion de l'investissement, ne constitue pas un motif de rejet. Il fait obstacle à la garantie de transfert visée par l'article 25 de la même loi.

11. Effets du présent enregistrement.

Le présent enregistrement confère à l'investissement, dont il fait l'objet, l'éligibilité automatique et de plein droit, aux avantages prévus par la loi n°16-09 du 29 Chaoual 1437 correspondant au03 Août 2016 relative à la promotion de l'investissement, en sus des avantages de droit commun ainsi que ceux prévus en faveur des activités industrielles prioritaires, des activités touristiques et des activités agricoles, à savoir :

- Les Avantages de Réalisation Prévus Par L'article 12 et 15 de la Loi Sus Visée.

La mise en œuvre des avantages est subordonnée à l'établissement du registre de commerce, du numéro d'identification fiscale (N.I.F) et à la liste des biens et services entrant dans le cadre de l'investissement enregistré.

Je soussigné **Mr** m'engage, sous les peines de droit:

- sauf autorisation, conformément à l'article 29 de la loi n° 16-09 du 29 Chaoual 1437 correspondant au03 Août 2016 relative à la promotion de l'investissement, à ne pas céder, jusqu'à amortissement total, le matériel acquis sous régime fiscal privilégié, ainsi que le matériel existant au sein de mon entreprise avant extension, à fournir, aux services fiscaux concernés, l'état annuel d'avancement du projet ;
- à fournir, à l'Agence ainsi qu'aux services fiscaux concernés, l'état annuel d'avancement de mon projet ;
- à signaler à l'Agence toutes modifications de tous éléments concernant mon investissement, conformément au la réglementation en vigueur, prise en application des dispositions portant sur le suivi de l'investissement prévues par la loi 16-09 du 29 Chaoual 1437 correspondant au03 août 2016 relative à la promotion de l'investissement ;
- à faire établir, par les services fiscaux concernés, le constat d'entrée en exploitation au plus tard à l'expiration des délais de réalisation qui m'ont été consentis.

Je soussigné **Mr** Agissant pour le compte de en qualité de atteste avoir pris connaissance des différentes dispositions ci-dessus, et déclare, sous les peines de droit, que les renseignements figurant sur la présente sont exacts et sincères.

Signature légalisée de l'investisseur

CADRE RESERVE A L'AGENCE

Nom et prénom du signataire

.....

Signature et cachet

.....

.....

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTERE DE L'INDUSTRIE

AGENCE NATIONALE DE DEVELOPPEMENT DE L'INVESTISSEMENT
–ANDI –

GUICHET UNIQUE DECENTRALISE DE **TIZI OUZOU**

CENTRE DE GESTION DES AVANTAGES DE **TIZI OUZOU**

LISTE DE BIENS ET DE SERVICES BENEFICIANT DES AVANTAGES FISCAUX

N°..... du Nature

- **ATTESTATION D'ENREGISTREMENT** N°..... DU
- **INVESTISSEUR :**
- **ADRESSE DU DOMICILE FISCAL :**
- **TEL:** **FAX**.....

QUANTITE	DESIGNATION
Les services	
/	Services Assurances
/	Services Bancaires

Je soussigné(e) **Mr** agissant pour le compte de en qualité de déclare que les biens figurant dans la présente liste sont destinés à la réalisation de l'investissement objet de l'enregistrement n°..... du..... Je m'engage, sous les peines de droit à leur conserver leur destination déclarée jusqu'au terme de la période légale d'amortissement.

Signature légalisée de l'investisseur

CADRE RESERVE A L'AGENCE

CENTRE DE GESTION DES AVANTAGES

Nom et prénom du signataire

.....

....

Signature et cachet

PIECES A FOURNIR POUR UNE DEMANDE
(026.11.71.31 Andi / Tizi Ouzou)

- **(02) Attestation d'enregistrement d'investissement (en arabe et en français)**
(à télécharger sur site web www.andi.dz ou à récupérer au guichet unique).
- **(04) Liste des biens et services bénéficiant des avantages fiscaux.**
- Copie de la **CNI ou PC** de l'investisseur ou du représentant légal de la société qui engage la formalité.
- Procuration légalisée au nom de l'investisseur
(à télécharger sur site web www.andi.dz ou à récupérer au Guichet Unique) ; le cas échéant.
- Copie du **registre de commerce** et de la **carte d'immatriculation fiscale**.
- **60 000 DA** de redevance du traitement du dossier (**A verser le jour du dépôt du dossier**).
- **L'extrait de rôle apuré.**
- **Mise à jour CNAS et CASNOS.**

Attestation des comptes sociaux (pour les personnes morales)

- **Le dernier Bilan Actif (Plus de 1 000 000 de DA)**

PIECES A FOURNIR POUR UNE DEMANDE
(026.11.71.31 Andi / Tizi Ouzou)

- **(02) Attestation d'enregistrement d'investissement (en arabe et en français)**
(à télécharger sur site web www.andi.dz ou à récupérer au guichet unique).
- **(04) Liste des biens et services bénéficiant des avantages fiscaux.**
- Copie de la **CNI ou PC** de l'investisseur ou du représentant légal de la société qui engage la formalité.
- Procuration légalisée au nom de l'investisseur
(à télécharger sur site web www.andi.dz ou à récupérer au Guichet Unique) ; le cas échéant.
- Copie du **registre de commerce** et de la **carte d'immatriculation fiscale**.
- **60 000 DA** de redevance du traitement du dossier (**A verser le jour du dépôt du dossier**).
- **Le dernier Bilan (plus de 1 000 000 de DA)**
- **L'extrait de rôle apuré**
- **Mise à jour CNAS et CASNOS**
- **Attestation des comptes sociaux**

- INVESTISSEUR :
- ADRESSE DU DOMICILE FISCAL :
- TEL:..... FAX.....

LISTE VALORISEE DES BIENS
ET SERVICES A ACQUERIR

QUANTITE	DESIGNATION	Prix HT En KDA	TOTAL HT EN KDA
Les services			
/	Services Assurances		
/	Services Bancaires		
TOTAL			

Signature du promoteur

Table des matières

Table des matières

<i>Remerciements.</i>	<i>I</i>
<i>Dédicaces.</i>	<i>II</i>
<i>Liste des abréviations.</i>	<i>III</i>
<i>Liste des tableaux</i>	<i>IV</i>
<i>Sommaire</i>	<i>V</i>
<i>Introduction générale.</i>	<i>01</i>
 <i>Chapitre I : L'entrepreneur, principal acteur de l'entrepreneuriat</i>	
Introduction	04
Section 1 : Aperçu théorique de l'entrepreneur	05
1. Evolution du concept de l'entrepreneur	05
1.1 L'entrepreneur dans la pensée classique	05
1.1.1 L'entrepreneur pour Cantillon	05
1.1.2 L'entrepreneur pour Adam Smith	06
1.1.3 L'entrepreneur organisateur de Say	06
1.2 L'entrepreneur agent central de l'activité économique	07
1.2.1 L'efficience X de Leibenstein	07
1.2.2 Le Processus du marché de Hayek et Kirzner	07
1.2.3 Knight et le rôle de l'incertain	08
1.2.4 Shumpeter et l'innovation	08

Table des matières

1.3 L'entrepreneur dans la pensée contemporaine	08
2. Définition de l'entrepreneur	10
3. Les caractéristiques de l'entrepreneur	11
4. Les objectifs de l'entrepreneur	12
5. Typologies des entrepreneurs	13
Section 2 : Les motivations de l'entrepreneur à l'égard de l'entrepreneuriat	16
1. Définition de la motivation	16
2. Les principales motivations de l'entrepreneur	16
2.1 Motivations psychologiques	17
2.2 Motivations sociologiques et culturels	19
2.3 Motivations économiques	20
Conclusion.	22
 <i>Chapitre II : L'acte fondamental de l'entrepreneuriat : la création d'entreprise</i>	
Introduction	23
Section 1 : Concepts de base de l'entrepreneuriat	24
1. Historique de l'entrepreneuriat	24
2. Définition de l'entrepreneuriat.....	24
3. Les paradigmes de l'entrepreneuriat	25
3.1 Le paradigme d'opportunité d'affaire	25
3.2 Le paradigme de création d'une organisation	26

Table des matières

3.3	Le paradigme de la création de valeur	26
3.4	Le paradigme d'innovation	26
4.	Les formes de l'entrepreneuriat.....	26
4.2	Création par essaimage	26
4.1	Création par franchise	26
4.3	La reprise d'entreprise	27
4.4	La création ex-nihilo	27
4.5	L'entrepreneuriat	27
4.6	L'entrepreneuriat solidaire et social	27
5.	Les types de l'entrepreneuriat.....	28
Section 2 : Les stratégies de création d'entreprise		29
1.	Définition de l'entreprise	29
2.	Les étapes de création d'entreprise	29
2.1	La conception du projet	30
2.2	La construction du projet	31
2.3	La mise en place de l'entreprise	33
3.	Les stratégies de création d'entreprise.....	34
3.1	Définition de la stratégie	34
3.2	Pourquoi définir des objectifs	34
3.3	Comment élaborer une stratégie gagnante	34
Conclusion		38

Chapitre III : La dynamique entrepreneuriale en Algérie

Introduction	39
Section 1 : L'essor de l'entrepreneuriat en Algérie	40
1. Historique de l'entrepreneuriat en Algérie	40
1.1 L'entrepreneur de l'Algérie indépendante	40
1.2 L'entrepreneur de l'Algérie en transition vers l'économie de marché	41
1.3 Regain d'intérêt pour la petite entreprise en Algérie	42
2. rôle de l'Etat	43
2.1 La période de 1962 à 1982	44
2.2 La période de 1982 à 1993	45
2.3 La période de libéralisation 1993 à 2010	46
3. La PME en Algérie.....	47
3.1 Evolution de la pme en Algérie.....	47
3.2 Les caractéristiques des PME en Algérie.....	51
Section 2 : Les dispositifs et les structures d'aide et d'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie	53
1. Les organismes	53
1.1 Institutions sous l'égide du ministère	53
1.2 Fond de garantie des crédits à la PME	55
1.3 Caisse de garantie de crédits d'investissement pour les PME (CGCI/PME)	55
1.4 Agence nationale de développement de la PME	56

Table des matières

1.5	Agence nationale de développement de l'investissement (ANDI)	56
1.6	ANSEJ.....	57
1.7	La Caisse Nationale d'Allocation Chômage (CNAC)	58
1.8	L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM)	59
2.	Les contraintes à la création des entreprises en Algérie	59
2.1	Les contraintes financières :	59
2.2	Les contraintes relatives au marché du travail	60
2.3	Les contraintes liées au foncier industriel	60
2.4	Les contraintes d'ordre administratif et judiciaire	61
2.5	Les contraintes d'informations	62
	Conclusion	63

Chapitre IV : Etude de cas pratique au niveau de l'ANDI

	Introduction.....	64
	Section 1 : Présentation de l'organisme d'accueil	65
1.	Présentation du GUD	65
1.1	Composition du GUD.....	65
1.2	Le centre de gestion des avantages	67
1.3	Le centre d'accomplissement des formalités	68
1.4	Le centre de soutien à la création d'entreprise.....	69
1.5	Le centre de promotion territoriale.....	70
2.	Suivi et contrôle des avantages accordés	70

Table des matières

3.	Le rôle du GUD	71
3.1	La collecte de données statistiques par le GUD Tizi-Ouzou	72
3.2	La régulation du marché local	72
4.	Mission du GUD	72
Section 2 : Interprétation des résultats		73
1.	Apport de l'ANDI pour l'entrepreneuriat	73
2.	Lancement d'un projet au niveau de l'ANDI	76
2.1	Traitement d'un dossier par l'ANDI	76
2.1.1	Déclaration d'investissement	76
2.1.2	Demande d'avantages	76
2.1.3	Durée de la réalisation de l'investissement	77
2.2.	Présentation du cas	77
2.2.1	Les avantages obtenus par l'ANDI.....	77
2.2.2	Financement du projet	78
2.3	Présentation de la BNA 583 Tizi-Ouzou	78
2.3.1	Etapes du traitement du dossier de demande du crédit d'investissement	79
2.3.2	Le rapport entre l'ANDI de Tizi-Ouzou et l'Agence BNA 583	79
Conclusion		80
Conclusion générale.		81
Bibliographie.		
Annexes.		

Table des matières.

Résumé.

Résumé :

La création d'entreprises et, d'une façon plus large, l'entrepreneuriat sont aujourd'hui unanimement reconnus comme étant des phénomènes vitaux pour la société et des plus importants concepts de business. L'entrepreneuriat contribue à la régénération et au développement de l'économie et de la société grâce à ses apports comprenant ; la création d'entreprise, la création d'emploi, l'innovation, le développement de l'esprit d'entreprendre dans les entreprises et les organisations et l'accompagnement de changement structurels. L'Algérie, comme tout autre pays soucieux du contexte concurrentiel et grâce à l'importance de l'enjeu économique et social de l'entrepreneuriat, a déployé des efforts dans le but d'améliorer la capacité de compétitivité des entreprises, par la mise en place des programmes de soutien à l'entrepreneuriat.

Mots clés : Création d'entreprise, entrepreneuriat, programmes de soutien.

Abstract:

Business creation and, more broadly, entrepreneurship are today unanimously recognized as being vital phenomena for society and among the most important business concepts. Entrepreneurship contributes to the regeneration and development of the economy and society through its contributions including; business creation, job creation, innovation, development of the entrepreneurial spirit in companies and organizations and support for structural change. Algeria, like any other country concerned about the competitive context and thanks to the importance of the economic and social challenge of entrepreneurship, has made efforts with the aim of improving the competitiveness of companies, by set up support programs for entrepreneurship.

Keywords: Business creation, entrepreneurship, supports programs.