

UNIVERSITE MOULOU D MAMMERI DE TIZI-OUZOU

**Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de
Gestion**



Département des Sciences Economiques



Mémoire

En vue de l'obtention du diplôme

De master en sciences économiques

Spécialité : Economie de Développement

Thème

**Les dispositifs de stimulation de création d'entreprises en
Algérie : Etude comparative et pertinence entre l'ANADE et la
CNAC**

Cas de la wilaya de Tizi-Ouzou

Encadré par :

Mr. KABENE Ahmed

Présenté par :

AMOURA Lila

AMMOUCHE Samah

Devant le jury composé de :

Président : Mme. AKNINE Rosa

Professeur à l'UMMTO

Examinatrice : Mme. OUCHALLAL Houria

MCA à l'UMMTO

Examineur : Mr. BERBAR Mouloud

MCA à l'UMMTO

Rapporteur : Mr. KABENE Ahmed

MCB à l'UMMTO

Promotion : 2021/2022

REMERCIEMENTS

C'est pour nous un devoir ainsi qu'un plaisir d'exprimer toute notre gratitude à toute personne ayant contribué à la réalisation de ce travail.

Tout d'abord, nous tenons à remercier notre encadrant Mr. KABENE Ahmed avec ses conseils précieux, ses remarques pertinentes, a su nous transmettre son expérience à travers ses orientations.

Nous tenons à remercier pareillement nos familles et nos amis pour leur soutien et leur aide afin d'accomplir ce travail.

Merci à dieu de nous avoir donné la force et le courage de mener jusqu'à la fin de ce travail.

SOMMAIRE

Introduction Générale	6
Chapitre I : Le cadre conceptuel de l'Entrepreneuriat	10
Introduction au chapitre	10
Section 1 : Notion d'entrepreneuriat	11
Section 2 : Entrepreneur	15
Section 3 : Création d'entreprise	19
Section 4 : Stimulation Entrepreneuriale	29
Conclusion du chapitre	41
Chapitre II : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie.....	43
Introduction au chapitre	43
Section 1 : Agence National d'Appui et de Développement de l'Entrepreneuriat (ANADE ex ANSEJ)	44
Section 2 : Agence National de Gestion du Microcrédit (ANGEM)	51
Section 3 : Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)	61
Section 4 : Agence National de Développement de l'Investissement (ANDI)	67
Conclusion du chapitre	73
Chapitre III : Etude comparative et pertinence entre l'ANADE et la CNAC au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou	75
Introduction au chapitre	75
Section 1 : Entrepreneuriat en Algérie	76
Section 2 : Analyse des données statistiques des dispositifs CNAC et ANADE au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou	79
Section 3 : Cadre méthodologique de l'enquête	92
Section 4 : Résultats de l'enquête et discussions	97
Conclusion du chapitre	105
Conclusion Générale	107
Bibliographie	110

Liste des abréviations	114
Liste de tableaux	116
Listes des figures et schémas	118
Annexes	121
Tables de matières	128

Introduction générale

INTRODUCTION GENERALE

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

De ce fait, les Etats interviennent davantage et de façons délibérées en faveur de l'entrepreneuriat et de la création d'entreprise. Ces dernières années, l'action publique en matière d'entrepreneuriat s'est beaucoup transformée allant de simples actions se rapportant à des aspects juridiques et fiscaux du lancement et du démarrage, ces actions se sont développées vers l'accès au financement sur les différentes phases du processus entrepreneurial. A cet effet, un cadre général d'appui à l'entrepreneuriat, matérialisé par la création de structure d'accompagnement des porteurs de projets et d'hébergement des entreprises en démarrage ont été mis en place dans un objectif de répondre aux besoins des nouveaux entrepreneurs.

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

Après l'indépendance en 1962, l'Algérie a initié de grands projets, notamment la nationalisation des secteurs économiques clés reposant sur la création d'entreprises publiques avec un monopole d'État sur les moyens de production, où la politique économique est fondée sur la nationalisation des hydrocarbures qui représentent 98% des recettes exportatrice de pays . Mais la crise pétrolière et la crise économique de 1986 ont poussé le pays algérien à adopter un autre processus économique, à savoir un processus d'économie de marché basé sur la propriété privée des moyens de production.

Depuis la fin des années 1980, l'Algérie a renoué avec l'intérêt pour les PME comme solution de création d'emplois, de lutte contre le chômage et de participation au processus économique.

Dès 1990, dans le cadre de la transition d'une économie dirigée vers une économie de marché, l'État s'est attaché à ouvrir ces marchés et a adopté la première loi sur les investissements en 1993, donnant aux PME et aux entreprises privées un rôle important dans le développement économique et la croissance économique. Cette volonté s'est traduite par une augmentation significative du nombre de PME privées depuis l'introduction de la nouvelle réglementation.

L'Algérie traverse actuellement une crise économique, financière et sociale majeure, et les problèmes d'emploi et la détérioration du marché du travail sont parmi les problèmes les plus délicats auxquels le pays est confronté. D'autant plus que le chômage en Algérie touche

INTRODUCTION GENERALE

surtout les groupes de jeunes. La stabilité sociale des nations dépend de leur insertion professionnelle pour atteindre l'équilibre économique et social.

Face à la difficulté de créer des emplois stables dans le secteur économique, les pouvoirs publics ont eu recours à des solutions alternatives pour soulager la pression sur le marché du travail et ouvrir la perspective d'un retour durable à la croissance économique. En effet, le gouvernement a mis en place des plans pour stimuler l'activité et la création d'emplois, créer des entreprises à travers divers dispositifs d'aides et de soutien, nous citons :

L'Agence Nationale d'appui au développement de l'entrepreneuriat (ANADE ex ANSEJ), l'Agence Nationale de développement de l'investissement (ANDI), la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) et l'Agence Nationale de gestion des Micro crédits (ANGEM).

Notre intérêt à l'entrepreneuriat et à la création d'entreprise nous a amené à étudier la thème suivant : **Les dispositifs de stimulation à la création d'entreprise en Algérie : Etude comparative et pertinence entre l'ANADE et la CNAC (cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou).**

Nous essayons à travers notre recherche de répondre à la question principale suivante : **Tout en s'appuyant sur une étude comparative, dans quels mesures les dispositifs d'aide à la création d'entreprise sont-ils pertinent en matière de stimulation entrepreneuriale ?**

Objectif et démarche

Pour réaliser ce travail et apporter les éléments de réponse à notre problématique, nous avons, en premier lieu, effectué une recherche bibliographique, et ceci par la consultation des différents documents nécessaires pour la compréhension des concepts liés à notre thématique, et exploité les divers documents fournis par les agences qui gèrent les dispositifs de Wilaya de Tizi-Ouzou.

L'objectif recherché à travers notre travail est de comprendre le rôle des dispositifs d'aide à la création d'entreprise et de mettre en évidence les facteurs de stimulation entrepreneuriale dans une approche comparative entre deux dispositifs d'aide à la création d'entreprise.

Motif du choix du thème

Le choix du sujet est motivé d'une part, par la volonté d'évaluer le rôle des dispositifs d'aide dans l'appui à la création des entreprises à travers la mesure des différents avantages.

D'autre part, le sujet présente une originalité liée à la rareté des travaux qui lui sont consacrés en Algérie.

INTRODUCTION GENERALE

Structure du mémoire

Notre travail est réparti en trois chapitres :

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

Le deuxième chapitre portera sur la présentation des dispositifs (ANSEJ, CNAC, ANGEM, ANDI) et leur contribution à la création d'entreprise et d'emploi au niveau national.

Quant au dernier, il portera sur l'analyse comparative entre deux dispositifs de création d'entreprise en Algérie, à savoir l'ANADE et la CNAC, en termes de stimulation entrepreneuriale au niveau de la Wilaya de Tizi-Ouzou, illustrée par des chiffres réels collectés au niveau de ces organismes et au niveau des entrepreneurs qui ont bénéficié des avantages présentés par ces programmes d'aide à la création d'entreprise.

*Chapitre 1 : le cadre
conceptuel de
l'entrepreneuriat*

CHAPITRE 1 : Le Cadre Conceptuel de l'Entrepreneuriat

Introduction au Chapitre

Selon la perspective adoptée, l'entrepreneuriat peut être vu comme un pourvoyeur de solutions alternatives aux problèmes économiques et sociaux, principalement à travers : la création de richesse, l'emploi, l'innovation, le renouvellement des parcs d'activités, le développement des ressources, la diversification et la complémentarité des entreprises, etc. Bien qu'il existe de nombreuses approches scientifiques possibles pour essayer de comprendre l'entrepreneuriat, les chercheurs sont d'accord avec l'hypothèse selon laquelle l'entrepreneuriat est un élément central du phénomène.

Il voit des possibilités, prend des risques et saisit des opportunités grâce à l'entrepreneuriat, qui est non seulement un moyen de résoudre le problème du chômage, mais aussi une source importante de développement et d'innovation. Elle (la création d'entreprise) constitue un paradigme pour la construction du comportement entrepreneurial.

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

Ce chapitre, traite en premier lieu la notion ou les fondements de l'entrepreneuriat, et en second lieu l'entrepreneur comme acteur dans le processus entrepreneurial, puis on a évoqué la création d'entreprise, et en dernier lieu l'importance de l'accompagnement entrepreneurial.

CHAPITRE 1 : Le Cadre Conceptuel de l'Entrepreneuriat

Section 1 : Notion d'Entrepreneuriat

Lorsqu'on parle d'entrepreneuriat, on fait référence au fait de démarrer une activité dont on est soi-même l'initiateur. Plus concrètement, on peut dire qu'entreprendre désigne le fait de créer et de développer une entreprise et de donner naissance à un projet.

1.1. Historique de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un phénomène complexe qui a toujours signifié diverses choses au fil du temps. Aujourd'hui, cependant, les experts s'accordent à dire que le terme est étroitement lié à la création d'entreprise. De plus, son histoire sera intégrée à l'évolution de l'entreprise en démarrage.

Au fil du temps, on s'aperçoit qu'au Moyen Âge, le terme d'entrepreneur désignait les gérants de grands chantiers qui utilisaient l'argent d'autrui pour réaliser des travaux de construction. À partir du XVII^e siècle, il désignait une personne motivée par la volonté pour répondre aux besoins des consommateurs en organisant de manière proactive et des ressources pour un gain personnel.

Le profit, le revenu de l'entrepreneur, a été considéré comme une récompense pour les risques qu'il prend et l'incertitude de ses actions sur le marché. Lors de la révolution industrielle du XVIII^e siècle, le terme entrepreneur désignait les inventeurs de nouvelles technologies qui empruntaient de l'argent aux banques pour construire des usines afin de rentabiliser leurs inventions, et c'est à partir de cette période qu'émerge l'entrepreneur moderne.

Du XIX^e siècle au milieu des années 1970, avec la vague de concentration financière, les progrès technologiques et la naissance des sociétés anonymes, la gestion d'entreprise nécessitera des managers expérimentés. Les maîtres industriels qui animent le capitalisme industriel seront aussi au niveau entrepreneurial.

A partir des deux dernières décennies du XX^e siècle, un entrepreneur sera identifié comme toute personne aux premiers jours d'une entreprise, quelle que soit sa taille ou son secteur d'activité, les nouveaux entrepreneurs seront des indépendants, des propriétaires-dirigeants de PME, des managers de sociétés multinationales Gérant ou propriétaire d'une micro-entreprise. C'est là qu'émerge le capitalisme entrepreneurial.

1.2. Définition de l'entrepreneuriat

En termes simples, l'entrepreneuriat est la fonction d'une personne de mobiliser et de gérer des ressources humaines et matérielles pour créer, développer et bâtir une entreprise.

T. Fayolle et A. Verstraete (2005) soutiennent que l'entrepreneuriat est un domaine trop complexe et hétérogène pour se limiter à une définition unique. Ils proposent donc de catégoriser les différentes définitions proposées par les auteurs selon quatre courants de pensée ou paradigmes.

CHAPITRE 1 : Le Cadre Conceptuel de l'Entrepreneuriat

1.2.1. Paradigme de l'opportunité d'affaires

Cette vision définit l'entrepreneuriat comme la capacité de créer ou d'identifier des opportunités et de les exploiter (Shane et Venkataraman, 2000). Ce courant s'intéresse aux sources d'opportunités, au processus par lequel les opportunités sont identifiées, évaluées et exploitées, et aux individus qui identifient, évaluent et exploitent les opportunités.

1.2.2. Paradigme de la création d'une organisation

Cette école définit l'entrepreneuriat comme la création d'une organisation par un ou plusieurs individus (Gartner, 1990). La notion d'organisation ne se réduit pas à la notion d'entreprise.

1.2.3. Paradigme de la création de valeur

Cette tendance définit l'entrepreneuriat comme le phénomène ou processus de création de valeur par des individus, des économies ou des sociétés (Ronstadt, 1984 ; Bruyat et Julien, 2001). Les travaux sur le lien entre entrepreneuriat et croissance économique peuvent être rattachés à cette tendance.

1.2.4. Paradigme de l'innovation

Cette tendance accorde une place importante à l'innovation dans la définition de l'entrepreneuriat (Julien et Marchesnay, 1996 ; Drucker, 1985). L'innovation peut prendre plusieurs formes (nouveaux produits ou services, nouvelles sources de matières premières, nouvelles méthodes de production, de distribution ou de vente, nouveaux marchés, nouvelles organisations, etc.).

1.3. Développement de l'entrepreneuriat

L'accent mis sur ce domaine est récent, remontant à 40 ans. En fait, dans ses trois décennies de gloire caractérisées par la consommation de masse, la recherche de la taille optimale et les économies d'échelle, les grandes entreprises étaient considérées comme le seul modèle économique qui comptait. Cela a encore changé dans les années 1970, avec la crise économique, la fin du sextant doré et la transformation économique qui a conduit au déclin des grandes entreprises.

Les entrepreneurs et les petites entreprises ont su s'adapter à ces changements et résister à la crise, ce qui a suscité leur regain d'intérêt, de reconnaissance et de développement, notamment avec l'avènement des NTIC qui réduisent les barrières dans l'espace et dans le temps.

CHAPITRE 1 : Le Cadre Conceptuel de l'Entrepreneuriat

1.4. Formes de l'entrepreneuriat

Bien que la création d'entreprise soit la forme la plus connue en entrepreneuriat, ce dernier peut prendre d'autres formes, telles que la reprise d'entreprise, l'essaimage, la franchise ou encore l'entrepreneuriat organisationnel.

- **La création par essaimage** : l'essaimage est une aide apportée par les entreprises aux employés en vue de leur permettre de mettre sur pied leur propre projet entrepreneurial.
- **La création par franchise** : on ne fait appel à la création d'activité en franchise que dans le cadre d'une commercialisation de technologie, de produit ou de service. Cette forme entrepreneuriale fait appel à deux entreprises juridiquement et économiquement indépendantes. L'une est le franchiseur et l'autre est le franchisé.
- **La reprise d'entreprise** : cette forme consiste au rachat d'une entreprise en difficultés ou au changement de propriétaire (héritage par exemple).
- **L'entrepreneuriat organisationnel** : cette forme d'entrepreneuriat est pratiquée à l'intérieure de l'entreprise contrairement à la création d'entreprise essaiment ou l'employeur pousse les salariés à créer une entreprise à l'extérieure de l'entreprise. Ici on encourage le développement des compétences professionnelles et l'adoption de certains comportements entrepreneuriaux au sein de l'organisation ou d'une grande entreprise. Une entreprise peut ainsi développer des projets stratégiques et des projets d'innovation, sans toutefois créer une nouvelle entreprise.

1.5. Importance de l'entrepreneuriat

C'est dans les intérêts apportés à l'économie et à la société que réside l'importance de la place occupée par l'entrepreneuriat dans les recherches et les politiques économiques. En effet les apports de l'entrepreneuriat à l'économie et à la société concernent la création d'entreprise, la création d'emploi, l'innovation, le développement de l'esprit d'entreprendre dans les entreprises et les organisations et l'accompagnement de changements structurels.

1.5.1. Entrepreneuriat et croissance économique

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

1.5.2. Entrepreneuriat et création d'emplois

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

CHAPITRE 1 : Le Cadre Conceptuel de l'Entrepreneuriat

reprise d'entreprises permet d'en sauvegarder au moment de l'acte entrepreneurial et non pas d'emplois pérennisés au bout d'une période donnée, cinq ans par exemple »¹

1.5.3. Entrepreneuriat et renouvellement du parc d'entreprise

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

La création ex-nihilo : c'est « la création d'une entreprise nouvelle par un individu ou groupe d'individu, on peut réellement parler dans ce cas de la création d'une entreprise nouvelle »².

La reprise d'entreprise : c'est « la création d'une entreprise reprenant partiellement ou totalement les activités et les actifs d'une entreprise ancienne »³.

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

1.5.4. Entrepreneuriat et innovation

La formation d'innovation est importante, d'après Schumpeter, « les entrepreneurs constituent le moteur de l'innovation en identifiant les opportunités que les autres acteurs ne voient pas et en développement des technologies et les concepts qui vont donner naissance à de nouvelles activités économiques »⁴.

¹ FAYOLLE.A et FILION.L-J : « Devenir entrepreneur, des enjeux aux outils », Ed Dunod, Paris 2006 ; P25.

² FAYOLL.A : « Introduction à l'entrepreneuriat », Ed Dunod, Paris 2005 ; P18.

³ Idem

⁴ FAYOLL.A et FILION.L-J : op cit, P23

CHAPITRE 1 : Le Cadre Conceptuel de l'Entrepreneuriat

Section 2 : Entrepreneur

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

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

2.2. Origines et définition de l'entrepreneur

Ce concept est très ancien dans la littérature. L'Ancyclopédie d'Alembet et Diderot le définit en 1775 comme « celui qui se charge d'un ouvrage ; on dit un entrepreneur manufacture, un entrepreneur de bâtiment⁵ ». A cette époque, l'entrepreneur était considéré comme un tout petit fabricant ou constructeur de bâtiment.

Le concept d'entrepreneur fut introduit en économie par Cantillon. Celui-ci est le premier auteur à s'intéresser au rôle et fonction de l'entrepreneur et il lui a présenté une conception claire. Cantillon définit l'entrepreneur comme étant « toute personne qui prend le risque de mener une affaire commerciale à son propre compte. Il se charge du troc de la circulation des marchandises⁶ ».

J-B. Say est le deuxième économiste à s'intéresser à l'entrepreneur. Cet auteur, voit le développement de l'économie par la création d'entreprises et le développement de l'entrepreneuriat. Il fera « la différence entre l'entrepreneur et le capitaliste, entre les profits de l'un et de l'autre. Il associe l'entrepreneur à l'innovation, il voit l'entrepreneur comme un agent de changement⁷ ».

Cantillon et Say ont été suivi par plusieurs économistes comme Alfred Marshall en Grande Bretagne, Thunen en Allemagne et d'autres auteurs pour former une pensée classique de l'entrepreneuriat.

Selon Schumpeter, l'entrepreneur est le premier à prendre conscience du changement et d'introduire de nouvelles techniques de production, il estime que « le rôle de l'entrepreneur consiste à reformer ou à révolutionner la routine de la production en exploitant une invention ou plus généralement une possibilité technique inédite⁸ ».

Après 1980, le concept de l'entrepreneur s'est développer et plusieurs appellations lui ont été attribuées : entrepreneur, manager, propriétaire-dirigeant, entrepreneurs hip ... La femme a fait son entrée dans ce domaine, d'ailleurs Fillion dans sa définition de

⁵Boutillier.S Uzunidis.D, « la légende de l'entrepreneur. Le capital social, ou comment vient l'esprit d'entreprise », Edition la Découverte et Syros, Paris, 1999, P18.

⁶Wtterwulge.R, « la PME : une entreprise humaine », Ed de Doeck, BRUXELLES, 1998, P.38.

⁷Filion.L-J, « le champ de l'entrepreneuriat ; historique, évolution, tendance », Revue internationale PME, vol.10, no.2, 1997, P5.

⁸ Schumpeter.J, «capitalisme, socialisme et démocratie », 1942, traduit par G .Fain, Paris, Payot, 1951, P186 cité in Wtterwulge. Robert. Op.cit, P41.

CHAPITRE 1 : Le Cadre Conceptuel de l'Entrepreneuriat

l'entrepreneur, introduit la femme-entrepreneur. Fillion définit l'entrepreneur comme étant «une personne imaginative caractérisée par une capacité à fixer et à atteindre des buts. Cette personne maintient un niveau élevé de sensibilité en vue de déceler des occasions d'affaires. Aussi longtemps qu'il/elle continue d'apprendre au sujet d'occasions d'affaires possibles et qu'il/elle continue d'apprendre des décisions modérément risquées qui visent à innover, il/elle continue de jouer un rôle entrepreneurial⁹ ».

2.2. Typologie des entrepreneurs

Les typologies des entrepreneurs sont multiples. Chaque auteur, selon les besoins de son étude et sa perception du domaine entrepreneurial, donne une classification propre à lui. La plus connue et la plus citée dans la littérature est celle de Julien et Marchesnay. Ces deux auteurs, dans leur ouvrage sur la petite entreprise, ont classés les propriétaires-dirigeants en deux types. Le premier type d'entrepreneur appelé le PIC (Pérennité/indépendance/Croissance), c'est celui qui est centré sur la pérennité de sa PME. Le deuxième, appelé CAP (Croissance/Autonomie/Pérennité), c'est l'entrepreneur centré sur l'autonomie de son entreprise.

Par ailleurs il existe plusieurs autres classifications de l'entrepreneur. Fillion a retracé les typologies des auteurs les plus connus comme le montre le tableau ci-après :

Tableau 1: Typologies des Entrepreneurs

Auteurs	Date	Typologies
Smith	1967	Deux types d'entrepreneurs : 1. L'artisan 2. L'entrepreneur d'affaire
Collins et Moore	1970	Deux types d'entrepreneurs : 1. L'entrepreneur administratif 2. L'entrepreneur indépendant
Laufer	1974	Quatre types d'entrepreneurs : 1. Le manager ou l'innovateur 2. L'entrepreneur orienté vers la croissance 3. L'entrepreneur orienté vers l'efficacité 4. L'entrepreneur artisan

⁹ Fillion.L-J, Op.cit, P19.

CHAPITRE 1 : Le Cadre Conceptuel de l'Entrepreneuriat

Vesper	1980	Au moins 11 types d'entrepreneurs : <ol style="list-style-type: none"> 1. Travailleurs autonomes travaillant seuls 2. Bâtisseurs d'équipe 3. Innovateurs indépendants 4. Multiplicateurs de modèles existants 5. Exploitant d'économie d'échelle 6. Rassembleurs de capitaux 7. Acquéreurs 8. Artistes qui achètent et vendent 9. Constructeurs de conglomerats 10. Spéculateurs 11. Manipulateurs de valeurs apparentes
Julien et Marchesnay	1987 1996	Deux types de propriétaires-dirigeants : <ol style="list-style-type: none"> 1. PIC (Pérennité/Indépendance/Croissance) 2. CAP (Croissance/Autonome/Pérennité)
Lafuente et Salas	1989	Quatre types de nouveaux entrepreneurs en Espagne, basé sur leurs aspirations : <ol style="list-style-type: none"> 1. Artisan 2. Orienté vers le risque 3. Orienté vers la famille 4. Managérial
Filion	1996 1999 B et d	Deux types d'entrepreneurs : <ol style="list-style-type: none"> 1. Operateur 2. Visionnaire
Filion	1999	Deux types de travailleurs autonomes : <ol style="list-style-type: none"> 1. Volontaire 2. Involontaire

Source : Filion.L.J, « Six types de propriétaires-dirigeants de la PME », la Revue Organisations & Territoires, volume 9, n°1, hiver 2000, p.5

2.3. Caractéristiques des entrepreneurs

Les caractéristiques des entrepreneurs sont des questions abordées et étudiées par plusieurs chercheurs tels que : Brockhams, Hornaday, Litzinger, McCelland, Filion, Gartner,... Selon McCelland, la principale caractéristique de l'entrepreneur « réside dans le besoin de réalisation. C'est-à-dire un besoin d'exceller et de réaliser un certain but¹⁰ ».

Dans une étude présentée lors de la 22^{ème} conférence international de management stratégique, D.GrandClaud et T.Nobre ont présenté, en se référant aux travaux de quelques auteurs cités ci-dessus et ceux de nombreux autres auteurs, les différentes caractéristiques

¹⁰ McCelland.D.C, « the achieving society », Princeton, 1961. Cite in Wtterwulghe. Robert. Op. cit, P46.

CHAPITRE 1 : Le Cadre Conceptuel de l'Entrepreneuriat

propres aux entrepreneurs. Nous avons résumé dans le tableau ci-après, les caractéristiques les plus pertinentes :

Tableau 2:Caractéristiques des entrepreneurs selon différents auteurs

Auteurs	Caractéristiques
Brockhams 1980	Propension à prendre des risques
Draheim 1972	Crédibilité, peur de perdre son travail, expérience professionnelle, antécédents
Hirisch et O'Brien 1981	Autodiscipline et persévérance, désir de succès, orientation action, orientation but
Hornaday et Bunker 1970	Accomplissement, intelligence, créativité, énergie, initiative, autonomie, leadership, argent, reconnaissance, pouvoir, affiliation
McClland 1961	Risque, indépendance, leadership, reconnaissance, soutien, conformisme, considération

Source : conception personnelle à partir de travaux de GrandClaud.D et Nobre.T, « Caractéristiques du propriétaire-dirigeant de PME : entre l'être et le faire, ou en sommes-nous ? », XXII Conférence Internationale de Management Stratégique, AIMS, 10-12 Juin 2013.

Ces caractéristique peuvent être attribuées aux entrepreneurs d'une manière générale mais il n'existe ni d'entrepreneur type, ni de profil de celui-ci. Selon Filion les résultats produits par les nombreuses recherches dans le domaine de l'entrepreneuriat sont variable et parfois contradictoires et par conséquent, jusqu'à présent « on as pas encore établi un profil psychologique scientifique absolu de l'entrepreneur¹¹».

¹¹ Filion.L-J, « le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendance », op.cit, P9.

CHAPITRE 1 : Le Cadre Conceptuel de l'Entrepreneuriat

Section 3 : Création d'entreprise

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

3.1. Définition de la création d'entreprise

Comme le souligne Julien et Marchesnay (1996) : « la conséquence logique est que l'esprit d'entreprise suscite la création d'entreprise »¹². Ainsi, le résultat ultime de l'esprit d'entreprise est la création d'entreprise. Plusieurs auteurs affirment que la notion de création est la caractéristique fondamentale de l'entrepreneuriat et des recherches qui lui sont consacrées.

3.2. Typologie d'entreprise

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

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

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

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

3.2.1. Classification des entreprises selon les critères économiques

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

- **La nature de l'activité** : La classification des activités la plus simple est celle des trois secteurs : primaire, secondaire et tertiaire. Ces catégories peuvent, elles-mêmes, être supervisées selon les besoins jusqu'aux catégories précises de produits ou de services élaborés par l'entreprise.
- **La dimension** : La taille de l'entreprise peut se mesurer de différentes façons : par l'effectif employé, par le chiffre d'affaire annuel, par la valeur ajoutée créée, par les

¹² JULIEN. P-A et MARCHESNAY.M, Op. cité, 1996, P23

CHAPITRE 1 : Le Cadre Conceptuel de l'Entrepreneuriat

bénéfices réalisés, par la valeur des équipements productifs. Les indicateurs les plus utilisés sont l'effectif employé, le chiffre d'affaires et la valeur ajoutée.

L'effectif employé : ce critère permet de distinguer les TPE (très petites entreprises) qui ont moins de 10 salariés, les PME (petites moyennes entreprises) qui ont entre 10 et 500 salariés et les grandes entreprises qui ont plus de 500 salariés.

Le chiffre d'affaires : ce critère donne une idée de l'importance de transactions de l'entreprise ou du groupe avec ses clients.

La valeur ajoutée : la valeur ajoutée constitue la véritable mesure de la valeur créée par l'entreprise. Ce critère est donc, en théorie, plus significatif que celui du chiffre d'affaires. En pratique il est moins utilisé.

L'excédent brut d'exploitation : c'est le surplus dégagé par l'entreprise avant prise en compte de la dépréciation du capital technique et du financement. Il fournit également une mesure intéressante.

3.2.2. Classification d'entreprise selon les critères juridiques :

La forme juridique permet de distinguer les principaux types suivants :

- **Les entreprises individuelles :** dans lesquelles la personnalité juridique de l'entreprise se confond avec celle de l'entrepreneur.
- **Les sociétés de personnes :** société en nom collectif (SNC) et société en commandite simple.
- **Les sociétés de capitaux :** société par actions (SPA) et société en commandite par actions.
- **Société à responsabilité limitée (SARL) :** est instituée par une ou plusieurs personnes qui ne supportent les pertes qu'à concurrence de leurs apports. Elle est désignée par une dénomination sociale, à laquelle peut être incorporée le nom d'un ou plusieurs associés, et qui doit être précédée ou suivie immédiatement des mots (société à responsabilité limitée) ou des initiales « SARL » et de l'énonciation du capital social.
- **L'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL) :** cette forme juridique permet à un entrepreneur isolé de créer une SARL au sein de laquelle il est le seul associé cumulant ainsi les pouvoirs du gérant et ceux de l'assemblée générale.

3.2.3. Classification d'entreprise selon la propriété du capital

Ce critère permet de classer les entreprises en deux catégories

3.2.3.1. Les entreprises privées

C'est les entreprises individuelles ou sociétés dont les capitaux appartiennent à des personnes privées.

CHAPITRE 1 : Le Cadre Conceptuel de l'Entrepreneuriat

3.2.3.2. Les entreprises publiques et sociétés d'économie mixte

Ce sont les entreprises des statuts juridiques divers (établissement publics industriels et commerciaux, société nationalisées, société d'économie mixte) dont le capital et le pouvoir de décision appartiennent en totalité ou en partie à l'État ou à des collectivités locales.

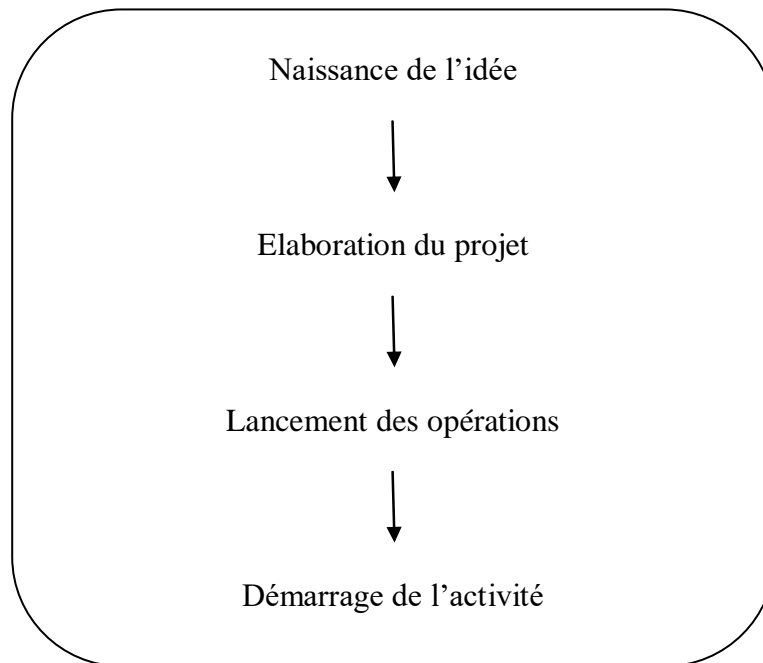
3.3. Etapes de création d'une entreprise

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

Afin de mener le projet de création, il est nécessaire de suivre diverses étapes de façon chronologique. En effet, le respect de certaines méthodes favorise les chances de succès et de réussite.

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

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



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

3.3.1. Naissance de l'idée

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

3.3.1.1.Période de gestation

C'est la période pendant laquelle une idée de projet naît, mûrit, s'affine et s'affirme. On a tendance à dire, en parlant d'une affaire qui a bien réussi, que son promoteur a eu une « idée géniale , idée lumineuse »¹³.En réalité, aucune idée de projet n'est, à priori, plus intéressante ou plus sûrement réalisable qu'une autre, et celles qui finissent par se concrétiser, réussir et se développer sont celles qui répondent à de réelles opportunités d'investissements, celles qui font l'objet d'une étude approfondie de faisabilité, de viabilité et de rentabilité, celles dans la concrétisation des quelles les promoteurs « investissent » corps et âme.

¹³ BOUYACOUB.F., « L'entreprise et le financement bancaire », Ed Casbah, Alger, 2000, P 44 .

CHAPITRE 1 : Le Cadre Conceptuel de l'Entrepreneuriat

3.3.1.2. Pré-étude de faisabilité

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

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

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

3.3.2. Elaboration du projet

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

3.3.2.1. Etude de marché

Cette étape permet de « mieux connaître l'environnement de la future entreprise et de définir la stratégie qui permet d'atteindre les objectifs »¹⁴ de chiffre d'affaires. L'objectif de l'étude de marché a pour but de valider l'offre (produit et/ou services) et de recueillir des informations chiffrées pour élaborer l'étude financière en :

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

Il existe trois types d'études de marché :

- A. L'étude exploratoire** : elle permet de découvrir par exemple ce que pense la clientèle d'un projet ou d'un produit, la manière dont elle réagit et les conditions d'une utilisation efficace.
- B. L'étude descriptive** : elle permet de décrire et de caractériser quantitativement un domaine dont les composantes ou les caractéristiques à étudier sont déjà connues.
- C. L'étude explicative** : elle permet d'étudier sur une population les relations entre les différentes variables bien définies, comme les variables comportementales, pour savoir dans quelle mesure les premiers influencent les seconds, dans quel sens et dans quelle intensité.

¹⁴ Ibid. P45.

CHAPITRE 1 : Le Cadre Conceptuel de l'Entrepreneuriat

On distingue les caractéristiques d'étude de marché suivants :

- **Elle est prospective** : Si elle tente de fournir un instantané précis, c'est dans le but d'indiquer les possibilités d'action commerciale, elle cherche donc constamment à tracer les évolutions possibles, les perspectives envisageables.
- **Elle se veut opérationnelle** : Son but n'est pas seulement de décrire mais de fournir l'indication des moyens d'action possible, elle débouche donc sur la préconisation de créneaux de marché exploitables, et la recherche de la définition du marketing-mix le mieux adopté, définition des types des produits, du choix des moyens publicitaires et promotionnels, de sélection des circuits de distributions et de politique de prix.
- **C'est une œuvre commune** : l'étude de marché n'est jamais l'œuvre d'un homme seul, en effet, s'elle n'a pas déjà effectué d'étude, disposer le plus souvent d'une foule d'informations dans ces archives, de plus ses cadres peuvent être une mine de renseignements, même s'il est parfois nécessaire de s'assurer du caractère objectif de ces derniers .

3.3.2.2. Etude Financière

Cette étape permet « d'identifier les besoins financiers »¹⁵ à court, moyen et long terme sur trois à cinq années d'activité. Plus précisément, elle traduit en coûts les moyens techniques et humains nécessaires à la réalisation de l'activité et à sa pérennisation (investissement, achats de fournitures, charges salariales, etc.)

Tableau 3: Outils de financement

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

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

¹⁵ BERTRAND Cousin, Guide de la création d'entreprises de Talence, www.talence.fr, Québec 2016.

3.3.2.3. Etude technique

En fonction de l'importance du marché et du poids qu'elle se propose d'avoir sur ce dernier. L'entreprise effectue des choix quant aux techniques de production et au type d'équipements à acquérir. « L'étude technique comprend, en conséquence »¹⁶ :

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

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

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

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

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

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

3.3.2.4. Etude juridique

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

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

- Une entreprise individuelle (entreprise personne physique).

¹⁶ BOUYACOUB Farouk., Op. cit, P47.

CHAPITRE 1 : Le Cadre Conceptuel de l'Entrepreneuriat

- Une société (entreprise personne morale).

3.3.3. Lancement des opérations

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

- **Les formalités de la création** : les formalités de création « consistent en la déclaration de son activité auprès des organismes officiels pour obtenir une existence légale, selon les situations on relève d'autorités différentes »¹⁷.

Ses objectifs sont:

- Déclarer son activité et demander son immatriculation ;
 - Au répertoire national des entreprises des entreprises (RNE) tenu par l'INSEE ;
 - Au registre du commerce et des sociétés (RCS), tenu par le greffe du tribunal de commerce pour les activités commerciales ou les sociétés ;
 - Au répertoire des métiers (RM) tenu par chambre de métiers et de l'artisanat (CMA) pour les activités artisanales.
 - S'identifier auprès des administrations (services fiscaux et organismes sociaux) avec lesquels l'entreprise est en contact au quotidien
 - Obtenir une preuve de son existence pour continuer les démarches auprès de la banque, d'une agence immobilière, d'une assurance, d'un fournisseur.
- **Mettre en place l'outil de travail** : la mise en place des outils de travail se base sur les éléments suivants
 - Installation des locaux ;
 - Communication, publicité ;
 - Organiser les moyens commerciaux et production.

3.3.4. Démarrage de l'activité

L'élaboration de projet était une étape exploratoire, plus longue et progressive, mais le lancement est une étape d'exécution, qui doit être courte et rapide, qui nécessite une disponibilité totale.

- **Le démarrage de l'activité** : Le démarrage de l'activité a pour objectif :
 - D'Organiser l'entreprise sur le plan administratif et comptable ;
 - De Contrôler la réalisation des prévisions ;
 - De Mettre en place les outils de gestion.

¹⁷ LEGER-JARNIOU. C et KALOUSIS. G, « La boîte à outils de la création d'entreprise », Ed Dunod, Paris 2013, PP120-121.

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

3.4. Typologie de création d'entreprise

BRUYAT(1994) construit « une typologie qui met en évidence différents types de processus de création d'entreprise »¹⁸. Deux dimensions permettent de distinguer quatre grands types de création d'entreprises.

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

La deuxième dimension tient compte de l'importance de l'effet de cette création sur l'entrepreneur (de peu de changements dans le cas où l'entrepreneur agit de la même façon qu'avant la création, à beaucoup, dans le cas contraire c'est-à-dire que la création transforme sa vie). Pour chacun des types, il est possible d'associer un niveau d'incertitude, donc de risques.

- **La création reproduction** : Elle est caractérisée par une faible intensité du changement pour le créateur et une faible intensité de la nouveauté pour l'environnement. Dans ce cas le niveau d'incertitude n'est pas très élevé. La création reproduction c'est le fait de créer une entreprise ressemblant à connues. Les changements pour le créateur sont faibles car il a les savoir-faire et les relations utiles à son projet. Dans ce type de création, le créateur cherche à faire pour son propre compte ce qu'il faisait déjà dans son emploi précédent.
- **La création imitation** : L'entrepreneuriat d'imitation crée peu de valeur nouvelle, mais permet au créateur de changer sa situation parfois d'une façon importante. Le créateur d'entreprise ne dispose pas de l'ensemble des ressources et des compétences nécessaires, il essaye de monter et de développer une entreprise en utilisant une formule bien établie. Le niveau d'incertitude correspond à la capacité du créateur à acquérir les compétences et les ressources nécessaires pour mener à bien son projet.
- **La création innovation-valorisation** : Elle est caractérisée par une faible intensité du changement pour le créateur, mais la nouveauté est grande pour l'environnement. Cela signifie que le créateur crée une entreprise à partir d'une manière de faire ou d'un produit nouveau dont il possède les savoir-faire. Le niveau d'incertitude est fonction

¹⁸ FAYOLLE. A, Op cit, P113.

CHAPITRE 1 : Le Cadre Conceptuel de l'Entrepreneuriat

de la vitesse de pénétration de l'innovation dans son environnement (valorisation de la nouveauté par les clients).

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

La typologie de «création d'entreprise donnée par (Marchesnay et Julien 1996), concerne »¹⁹:

- Un salarié qui crée son entreprise sans abandonner son emploi (en attendant qu'il soit sûr de la rentabilité de son entreprise) ;
- Entrepreneurs préfèrent le démarrage de leur entreprise pour la vendre ; D'autres préfèrent l'association avec un gestionnaire s'occupant de la gestion, pour qu'il puisse se consacrer à l'innovation.

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

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

¹⁹ Julien. P-A et Marchesnay.M, Op. Cité, PP 63-65.

CHAPITRE 1 : Le Cadre Conceptuel de l'Entrepreneuriat

Section 4 : Accompagnement entrepreneurial (la création d'entreprise)

L'accompagnement est considéré comme un outil destiné à guider, informer et aider un futur créateur à développer son projet, en le conseillant, en le formant et en l'insérant dans les réseaux créatifs pertinents. Pour permettre à ce projet d'atteindre un certain niveau de maturité.

4.1. Le rôle de l'accompagnement

Le rôle de l'accompagnement inclut la diffusion de connaissances spécifiques. Le personnel de soutien aide à définir les critères qui serviront de base aux décisions entrepreneuriales et à identifier les informations fiables et pertinentes pour la poursuite des projets entrepreneuriaux. Il doit ajuster sa posture pour reconnaître la personnalité, les compétences et le savoir-faire de l'entrepreneur, tout en comprenant sa situation particulière et ses défis. Il doit tenir compte de l'ampleur du projet et toujours ajuster son approche, en tenant compte du fait qu'une petite organisation ne peut être comprise comme un modèle simplifié d'une grande entreprise.

Cette approche devrait l'aider à mieux comprendre les projets entrepreneuriaux et à déterminer leur cheminement. Cependant, si l'accompagnement épaulé et soutient l'entrepreneur dans la recherche d'informations dans le processus, il ne peut pas et ne doit pas prendre de décisions à sa place.

4.2. Outils d'accompagnement entrepreneurial

« L'accompagnement à la création d'entreprise utilise des différents types d'outils pour que le système d'aide soit complet et cohérent »²⁰.

4.2.1. L'information

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

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

Sur le plan de l'information sur le marché, sur les produits ou les performances des entreprises par secteur, par exemple, l'INSEE (Institution National de la Statistique et des

²⁰ ALBERT. P, FAYOLLE. A et MARION.S, « L'évolution des systèmes d'appui à la création d'entreprises », In revue Fg.101, Novembre-Décembre 1994.PP. 100-112.

CHAPITRE 1 : Le Cadre Conceptuel de l'Entrepreneuriat

Etude Economiques) en France, met à la disposition des créateurs d'entreprises, des informations très détaillées. Cette disponibilité d'une information de qualité contribue considérablement à une meilleure prise de décision.

4.2.2. La sensibilisation

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

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

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

- Les actions pédagogiques (cours, modules et conférence) ;
- Les manifestations associatives (conférence, journée d'information) ;
- Les actions initiatives (concours, subvention, prêts) ;
- Les actions de communications (campagne télévisé, radio, journaux).

4.2.3. La stimulation

Il s'agit désormais d'information et plus d'action, visant à mettre en avant les avantages que l'on peut retirer de la création d'entreprise sur le plan personnel.

Les créateurs potentiels seront informés qu'ils recevront des avantages tels que des bonus, des concours, des aides financières, etc. Cette approche est conçue pour accélérer la prise de décision, créé en supprimant tous les obstacles et en offrant des opportunités et des installations.

4.2.4. La formation

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

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

4.2.5. La préparation

A ce niveau, nous sommes à la frontière entre la formation et le conseil, car la formation implique généralement un accompagnement plus ou moins personnalisé. Les formateurs occupent souvent des postes pour créer des comités d'élaboration de documents.

4.2.6. Le conseil

Les interventions de conseil peuvent avoir lieu avant, pendant ou après la création. Il s'agit le plus souvent de domaines techniques, juridiques, financiers ou commerciaux. Ce type d'assistance vise à aider le futur ou nouvel entrepreneur à éviter les erreurs les plus fréquemment rencontrées, à l'informer des possibilités qui s'offrent à lui, à corriger les éventuelles erreurs.

4.2.7. Le soutien institutionnel

Ces mesures administratives et fiscales, notamment pour les entrepreneurs et/ou les entreprises, visent à réduire les barrières (par exemple en allégeant les formalités administratives ou juridiques), ou à créer des incitations par des mesures fiscales appropriées.

4.2.8. Le financement

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

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

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

4.2.9. La participation

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

CHAPITRE 1 : Le Cadre Conceptuel de l'Entrepreneuriat

4.3. Les dispositifs d'accompagnement entrepreneurial

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

Les dispositifs d'appui à la création d'entreprise, notamment en direction d'un public en difficulté, connaissent un essor particulier depuis une dizaine d'années. Des structures associatives et publiques côtoient désormais dans le champ de la création d'entreprise les acteurs historiques et institutionnels qui sont les chambres de commerce et d'industrie et les chambres des métiers, ainsi que les acteurs privés spécialisés (expert-comptable, avocat).

4.3.1. Objectifs des dispositifs d'accompagnement à la création d'entreprise

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

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

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

4.4. Incubateurs d'entreprise

L'incubation d'entreprise est un processus de développement public et/ou privé, entrepreneurial, économique et social, conçu pour encourager les entreprises de la génération d'idées aux entreprises en démarrage et les aider par un biais d'un programme complet de soutien aux entreprises à établir et à accélérer leur croissance et leur succès.

4.4.1. Création des incubateurs

La création d'incubateur passe par deux vagues essentielles à savoir :

A. Période de lancement des incubateurs de développement économique local 1980-1997

Dans chaque pays, « les incubateurs sont nés d'initiatives individuelles locales, pour répondre à un problème spécifique de régénération ou d'expansion d'un territoire. La fonction immobilière a été la première afin d'offrir des conditions d'hébergement favorables aux

CHAPITRE 1 : Le Cadre Conceptuel de l'Entrepreneuriat

jeunes entreprises, les fonctions complémentaires de services d'accompagnement et de conseil se sont développés progressivement »²¹.

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

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

B. Période de croissance et de diversification des modèles d'incubateurs

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

« Ces catégories d'incubateurs privées, associées à internet, puis à d'autres technologies ont bénéficié d'une très forte médiatisation et d'un engouement excessif pendant les années de croissance suivies d'une méfiance tout aussi marquée depuis le dégonflement de la bulle. »²².

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

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

4.4.2. Définition d'un incubateur

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

Pour le premier « un incubateur d'entreprises innovantes est un lieu d'accueil et d'accompagnement de porteurs de projets de création d'entreprises innovantes, il offre à ces derniers un appui en matière de formation, de conseil et de financement, et les héberge

²¹ ALBERT. P, BERNASCOULI M et GAYNOR.L, « Incubateurs et pépinières un panorama international », Ed L'Harmattan, Paris, 2003, P15.

²² ALBERT. P, BERNASCOULI M et GAYNOR.L ; Op cité, P16.

CHAPITRE 1 : Le Cadre Conceptuel de l'Entrepreneuriat

jusqu'à ce qu'ils trouvent leur place dans une pépinière d'entreprises ou des locaux industriels»²³.

La NBIA définit l'incubateur comme suit « les incubateurs d'entreprises aident les entreprises en création en fournissant divers services de support tels que l'aide dans le développement des plans d'affaires et de vente, la construction de l'équipe de gestion, l'obtention de capital, et l'accès à une gamme de service professionnels plus spécialisés »²⁴.

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

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

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

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

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

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

4.4.3. But d'incubateur

L'incubateur a pour but de :

- Créé une synergie entre plusieurs facteurs (talent, technologie et connaissance) ;
- Développé les comportements entrepreneuriaux ;
- Accéder à la commercialisation de la technologie ;
- Encourager le développement de nouvelle entreprise

²³ PATUREL. R, « Dynamiques entrepreneuriales & développement économique »Ed L'Harmattan, Paris, 2007, PP 73-74.

²⁴ Idem. P74.

CHAPITRE 1 : Le Cadre Conceptuel de l'Entrepreneuriat

- Les incubateurs permettent aux universités le maintien de lien avec le monde commercial ;
- La commercialisation des recherches et le transfert de technologies.

4.4.4. Processus d'incubation

Il existe trois catégories ou phases d'incubation à savoir :

A. La phase de pré-incubation

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

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

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

B. La phase incubation de projets

Une fois le projet est validé dans le dispositif, son porteur rentre dans la phase effective d'incubation. Dans cette étape, l'incubateur a pour mission principale d'accompagner le porteur, dans la construction globale de son projet, jusqu'à la constitution de son entreprise.

En effet, les porteurs de projet sont amenés à former une équipe basée sur des compétences complémentaires, cette équipe est assistée pour réaliser un ensemble d'études d'évaluations préalable à la rédaction du plan d'affaires « évaluation du marché »²⁵, de « la faisabilité »²⁶ et de « la rentabilité »²⁷.

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

- **La planification stratégique** : d'une part c'est la présentation de l'entreprise dans sa globalité (offre, les clients et l'équipe), et d'autre part, une formalisation des objectifs stratégiques de ventes, de part de marché et de rentabilité.

²⁵ L'étude de marché : permet d'évaluer la demande globale pour le produit ou le service offert, les clients potentiels, le prix de vente optimal et les ventes potentielles.

²⁶ L'évaluation de la faisabilité : passe en premier lieu par la réalisation d'un prototype pour connaître et calculer les coûts unitaires qui seront confrontés avec le prix de vente optimal étudié lors de la phase d'évaluation du marché.

²⁷ L'évaluation de la rentabilité : permet d'estimer les frais fixes, les frais variables, le coût unitaire de produit et de fixer son prix de vente sous la contrainte de marché.

CHAPITRE 1 : Le Cadre Conceptuel de l'Entrepreneuriat

- **La planification opérationnelle** : décrit les moyens de commercialisation et de communication, les ressources matérielles et immatérielles disponibles et l'ensemble des compétences nécessaires pour atteindre les objectifs stratégiques.

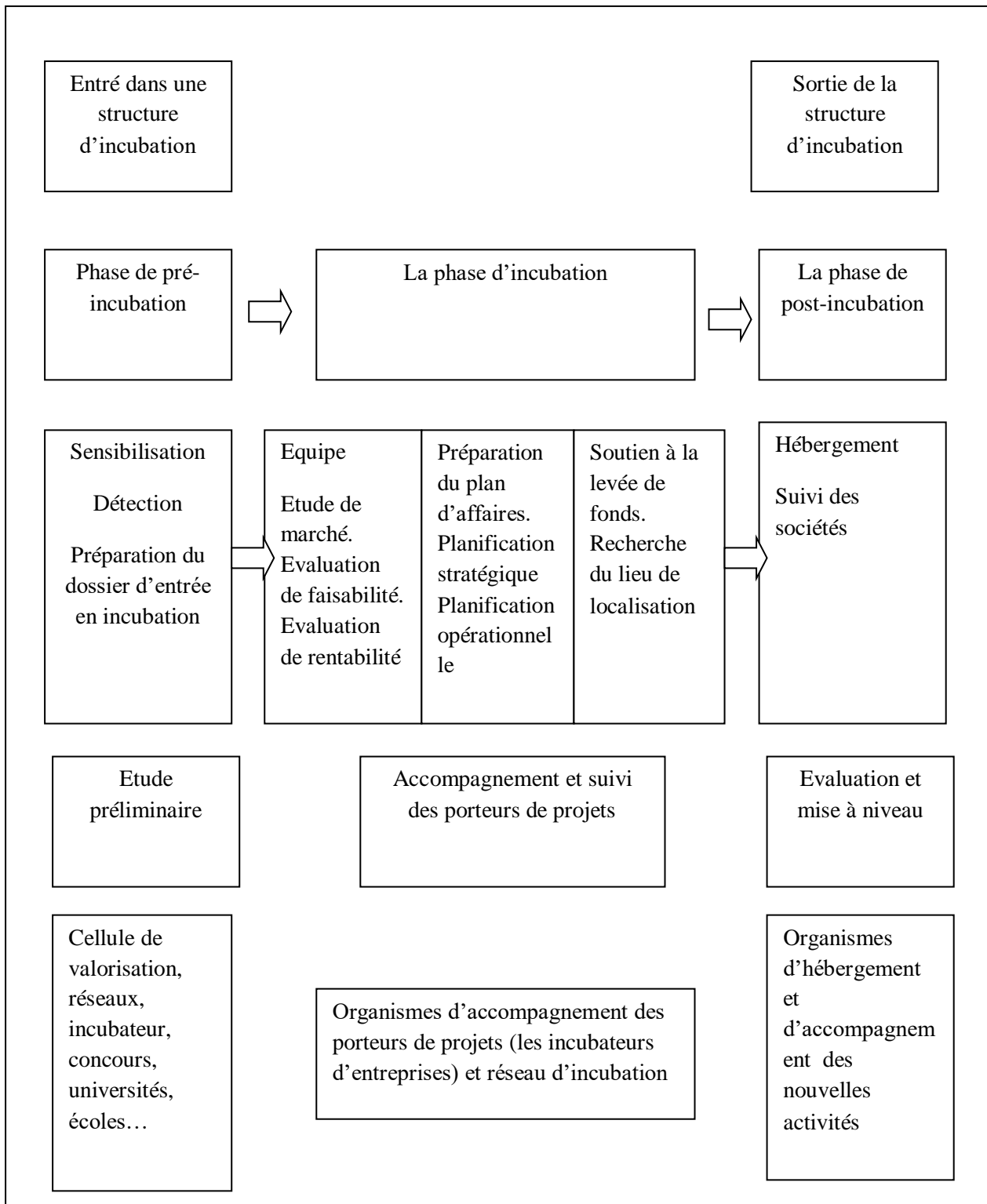
C. La phase de post-incubation

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

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

CHAPITRE 1 : Le Cadre Conceptuel de l'Entrepreneuriat

Schéma n°2: Le processus d'Incubation des entreprises



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

4.5. Pépinières entrepreneuriales

Bruyat a défini la pépinière d'entreprise comme étant « une structure proposant des locaux et des services en commun pour des entreprises nouvelles afin de les soutenir pendant leur phase de démarrage »²⁸.

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

En effet, une pépinière d'entreprise est une structure qui va accueillir, héberger et accompagner le porteur d'un projet et son entreprise. Un ensemble de services est mis à sa disposition: Bureaux, conseils spécialisés, secrétariat, moyens logistiques. Cela permet d'alléger les contraintes en ce qui concerne l'installation de l'activité.

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

La pépinière a pour fonctions de :

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

4.5.1. Catégories des pépinières

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

A. Les pépinières de projet : Ce sont des structures qui accueillent des créateurs avant la constitution de leur entreprise et mettent à leur disposition des appuis diversifiés et adaptés à leurs besoins. Pour Bruyat, une pépinière de projet n'est autre qu'un indicateur. C'est un organisme d'entraînement au métier de chef d'entreprises qui apport d'une pépinière de projet est avant tout d'un apport en matière grise et en

28 PATUREL. R ; Op cité, P 69

CHAPITRE 1 : Le Cadre Conceptuel de l'Entrepreneuriat

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

B. Les pépinières d'entreprises : Sont des structures qui accueillent des entreprises après leur création effective et proposent des services, en générale marchands, indispensables au développement des jeunes organisations. Elles peuvent être généralistes, industrielles ou innovantes, de nouvelles technologies. Elles offrent essentiellement des locaux avec des conditions particulières de location et la possibilité d'utiliser des services partagés. L'évolution des pépinières d'entreprises fait apparaître de nouvelles fonctions telles que les services de conseils et d'aide en management ou en technologie.

4.5.2. Objectifs des pépinières

« Les principaux objectifs visés par la pépinière sont en rapport avec sa nature, son statut et ses promoteurs. Nous distinguons principalement deux niveau d'objectifs, celui des créateurs et celui de la région.»²⁹

A. Au niveau de créateur et de son projet :

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

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

B. Au niveau de la région :

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

- La contribution au développement économique local par le soutien des créateurs et des entreprises nouvelles ;
- La création de nouveaux emplois ;
- La mise en place d'un réseau local d'échanges interentreprises et ainsi l'incitation aux transferts de compétences et de technologies ;
- Le développement d'une notoriété et ainsi d'une bonne image pour la région afin d'attirer les porteurs de capitaux.

²⁹ PATUREL. R; Op cité, P 71

4.6. La différence entre incubateur et pépinière

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

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

CHAPITRE 1 : Le Cadre Conceptuel de l'Entrepreneuriat

Conclusion du Chapitre

Pour conclure, L'entrepreneuriat est perçu comme un phénomène complexe et multidimensionnel. Il devient un moyen pour les milieux d'assurer leurs capacités d'innovation et leur compétitivité. La définition de l'entrepreneur a connu une évolution à travers le temps cependant que la structure économique mondiale se transformait et devenait plus complexe. La notion d'entrepreneur s'est précisée et s'est élargie pour inclure des concepts tenant à la personne plutôt qu'à l'activité économique.

La création d'entreprise est devenue aujourd'hui le mot d'ordre en matière de développement, elle n'est rien sans l'entrepreneur innovateur. Ce dernier est celui qui crée des entreprises, contribue à leurs expansions, accepte l'incertitude, les risques et par son action accélère l'élaboration, la diffusion et la mise en œuvre d'idées nouvelles. Pour cela nous soulignons l'importance des structures d'accompagnement dans le processus entrepreneurial (allant de la pré-crédation jusqu'à la création et à la poste création).

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

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

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

*Chapitre 2 : les
principaux dispositifs
d'aide à la création de
l'entreprise en Algérie*

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

Introduction au chapitre

Pour encourager la création des PME en Algérie, et les aider à faire face aux contraintes qu'elles connaissent, pour le besoin de leur survie. Les pouvoirs publics Algériens, en tant que régulateurs de l'économie, ont mis en place un ensemble de dispositifs facilitant la création d'entreprise. De ce fait nous citons : les organismes d'appui au financement de l'emploi à la création d'activité (ANADE, CNAC, ENGEM) et celui des investissements productifs (ANDI).

Pour faire une étude sur ces dispositifs nous avons consacré ce chapitre, à leur présentation de façon détaillée, à savoir les objectifs, les missions de chacun, ainsi que les conditions d'éligibilités et les avantages accordées aux promoteurs. Ensuite nous avons essayé d'utiliser les différentes bases statistiques disponibles, pour faire ressortir les principaux résultats de ces dispositifs en termes de création d'entreprise et d'emploi.

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

Section 1 : Agence National d'Appui et de Développement de l'Entrepreneuriat (ANADE)

Le sujet de cette section portera sur le dispositif ANADE, qui constitue l'une des solutions d'accompagnement aux nombreux projets de création d'entreprise et d'emploi.

1.1. Présentation du dispositif ANADE ex ANSEJ³⁰

L'Agence National d'Appui et de Développement de l'Entrepreneuriat, par abréviation ANADE, créée en 1996, est un organisme public à caractère spécifique, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière. L'ANADE accompagne les jeunes porteurs des projets pour la création et l'extension des micro-entreprises de production des biens et services, elle dispose d'un réseau de 61 agences implantées dans toutes les wilayas du pays, ainsi que des antennes situées dans les grandes localités.

Les actions de l'Agence s'articulent autour des objectifs suivants :

- ✓ Favoriser la création et l'extension d'activité de biens et de services par les jeunes porteurs de projets ;
- ✓ Encourager toutes formes d'actions et de mesures tendant à promouvoir l'entrepreneuriat.

1.1.1. Missions de l'ANADE ex ANSEJ

L'ANADE a pour missions³¹ :

- ✓ Soutenir, conseiller et accompagner les jeunes porteurs de projets à la création d'activité ;
- ✓ Mettre à la disposition des jeunes porteurs de projets toute les informations économiques, techniques, législatives et réglementaires relatives à leurs activités ;
- ✓ Développer les relations avec les différents partenaires du dispositif (banque, impôt, CNAS, CASNOS, ...)
- ✓ Assurer une formation sur la technique de gestion de la micro-entreprise au profit des jeunes porteurs de projet.

1.1.2. Mode de financement du dispositif ANADE ex ANSEJ

Ce dispositif concerne deux types d'investissements : investissement de création et investissement d'extension.

³⁰ Agence National d'appui et de développement de l'Entrepreneuriat, guide fiscal de jeune promoteur, édition 2021. Disponible sur : www.anade.dz

³¹ Article 6, dispositions relatives à l'ENSEJ, recueil des textes législatifs et réglementaire ; disposition de soutien à l'emploi des jeunes, 2004, P29

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

➤ Investissement de création

Il porte sur la création d'une nouvelle entreprise, par un ou plusieurs jeunes porteurs éligible au dispositif.

➤ Investissement d'extension

Il concerne les entreprises réalisées dans le cadre de ce dispositif, qui ont la propension à l'extension des capacités de production dans la même activité ou une activité connexe.

Deux modes de financement sont prévues pour ces deux types d'investissement dans le cadre de l'ANADE.

1.1.2.1. Financement triangulaire

C'est une formule dont l'apport financier des jeunes porteurs de projets est complété par un prêt sans intérêt accordé par l'ANADE et par un crédit bancaire, conformément par un décret exécutif n° 11-102 du 06 Mars 2011 modifiant et complétant de décret exécutif n°96-296 du 08 Septembre 1996, ce mode de financement est structuré en deux niveaux :

Tableau 4: Financement Triangulaire (ANADE)

Investissement	Apport personnel	Prêt sans intérêt	Crédit bancaire
Jusqu'à 5 000 000 DA	1%	29%	70%
De 5 000 000 jusqu'à 10 000 000 DA	2%	28%	70%

Source : conception personnelle à partir du site officiel de l'ANADE

1.1.2.2. Financement mixte

Dans ce type de financement, l'apport financier des jeunes promoteurs est complété par un prêt sans intérêt accordé par l'ANADE. La structure de ce type d'investissement est répartie en deux niveaux suite aux nouvelles dispositions qui ont été prises en 2011 :

Tableau 5: Financement mixte (ANADE)

Investissement	Apport personnel	Prêt sans intérêt
Jusqu'à 5 000 000DA	71%	29%
De 5 000 000DA à 10 000 000DA	72%	28%

Source : conception personnelle à partir des informations du site officiel www.anade.dz

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

1.1.3. Conditions d'éligibilité

- ✓ Être chômeur ;
- ✓ Être âgé entre 19 et 35 ans, l'âge de gérant peut aller jusqu'à 40 ans à condition que le projet génère au moins 3 emplois permanents ;
- ✓ Avoir une qualification professionnelle en relation avec l'activité envisagée ;
- ✓ Mobiliser un apport personnel pour le financement du projet.

Pour l'investissement d'extension l'entreprise doit répondre aux conditions suivantes :

- ✓ Cumul de 03 années d'activité en zones normales ou 06 années en zones spécifiques ;
- ✓ Remboursement du crédit bancaire à hauteur de 70% en cas de financement triangulaire ;
- ✓ Remboursement intégral du crédit bancaire en cas de changement de banque ou de type de financement triangulaire mixte ;
- ✓ Remboursement régulier des échéances du PNR ;
- ✓ Avoir des bilans fiscaux retraçant l'évolution positive de la micro-entreprise.

1.1.4. Les aides financiers accordées

Il existe deux (2) type d'aides, qui sont accordées aux jeunes promoteurs pour la construction des micro-entreprises.

1.1.4.1. Les crédits sans intérêt

Le jeune promoteur bénéficie d'une aide de FNSEJ. Cette aide destinée à compléter le niveau des fonds propres requis, varie en fonction du coût de l'investissement. Elle est sous forme d'un crédit à long terme, dispensé du paiement des intérêts.

L'aide accordée ne saurait dépasser 28% de coût global du projet réalisé par les jeunes promoteurs, si le montant global est supérieur à 5 million de dinars et inférieur ou égale 10 millions de dinars, et de 29% si le montant globale ne dépasse pas 5 MDA.

1.1.4.2. Bonification du taux d'intérêt

La bonification du taux d'intérêt bancaire, portée à 100% accordés par le financement triangulaire proposé par l'ANSEJ, et prise en charge totalement par le budget de l'Etat pour tous les secteurs.

1.1.5. Les avantages fiscaux et parafiscaux

Les avantages fiscaux et parafiscaux sont accordés à la micro entreprise, sur deux phases :

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

1.1.5.1. Avantages en phase de réalisation

Durant cette phase, les aides financières prévues portent sur des prêts ANSEJ sans intérêt et des bonifications de taux d'intérêt pour les crédits bancaires.

En phase réalisation, des avantages fiscaux qui sont accordés à la micro entreprise:

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

1.1.5.2. Avantages en phase d'exploitation

En phase d'exploitation, des avantages fiscaux sont accordés à la micro entreprise:

- ✓ Exonération de la caution de bonne exécution pour les artisans et micro- entreprises lorsqu'ils interviennent dans la restauration des biens culturels ;
- ✓ Exonération de la taxe foncière sur les constructions et additions de constructions, (Pour une période de trois (03) ans ou six (06) ans pour les hauts plateaux et les zones spécifiques, et dix (10) ans pour le sud) ;
- ✓ Exonération totale de l'impôt forfaitaire unique (IFU), à compter de la date de sa mise en exploitation, (Pour une période de trois (03) ans à partir du démarrage de l'activité ou six (06) ans pour zones spécifiques, et dix (10) ans pour le sud) ;
- ✓ Prorogation de deux (02) années de la période d'exonération lorsque le promoteur s'engage à recruter au moins trois (03) employés pour une durée indéterminée ;
- ✓ A la fin de la période d'exonération de l'impôt forfaitaire unique (IFU), la micro entreprise bénéficie d'un abattement fiscal de :
 - 70 % durant la première année d'imposition ;
 - 50 % durant la deuxième année d'imposition ;
 - 25 % durant la troisième année d'imposition.

1.2. Rôle de l'ANADE dans la création d'entreprise

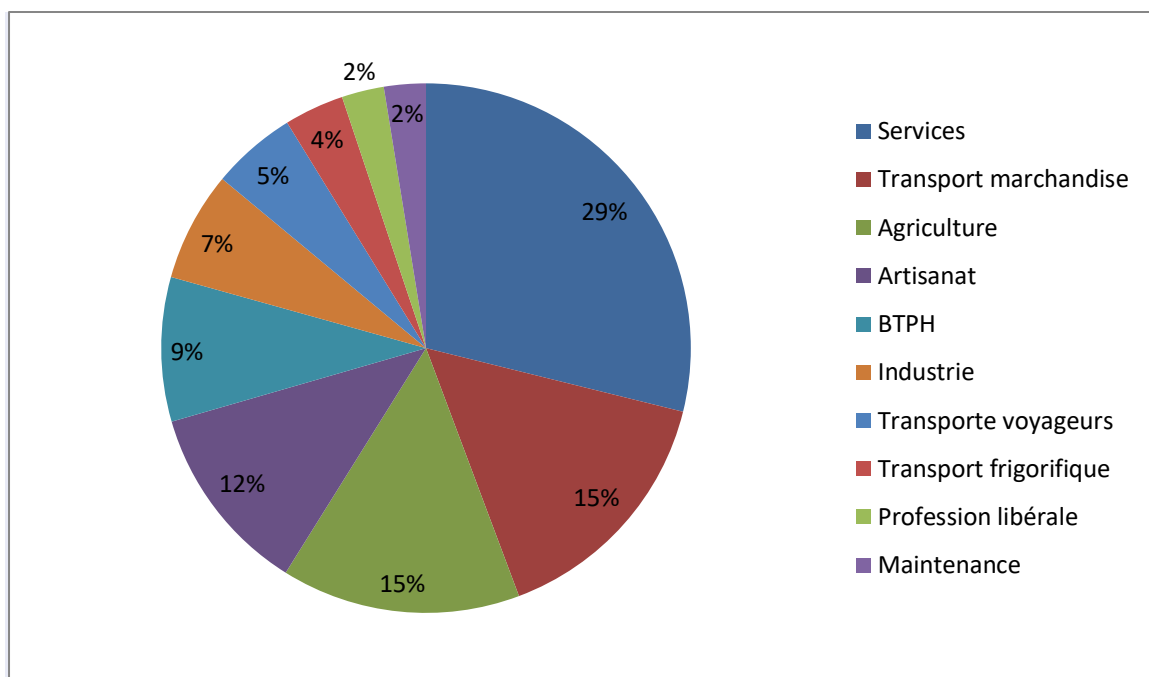
Depuis sa mise en place jusqu'en décembre 2016, le dispositif ANADE a accompagné 367 980 entrepreneurs, créé 878 264 emplois, avec un investissement total d'environ 1 156 666,45 MDA, alloué en fonction des projets de financement par secteur d'activité.

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

1.2.1. Le nombre d'entreprise créé par secteur d'activité et par genre dans le cadre du dispositif ANADE

Les graphiques ci-dessous présentes la répartition des entreprises par secteur d'activité et par sexe depuis le lancement du système jusqu'au 31 décembre 2016.

Figure 1: Répartition des projets financés dans le cadre du dispositif ANADE par secteur d'activité (Situation arrêtée au 31/12/2016)

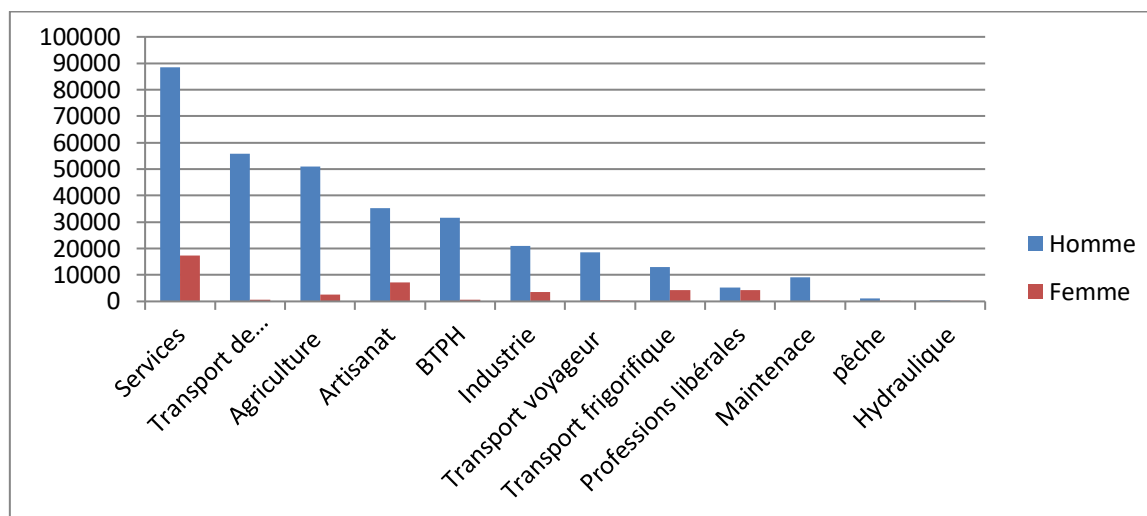


Source : Etablie à partir des données du tableau (annexe 1)

Selon la Figure n°1, depuis le lancement du dispositif par l'ANSEJ, le secteur des services a été le plus attractif pour les porteurs de projets avec 105 754 projets, soit 29%, suivi du secteur du transport de marchandises et agriculture avec 15% du total des projets, suivi du, secteur de l'artisanat avec 12%, tandis que le taux d'imposition pour les autres secteurs ne dépasse pas 10%.

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

Figure 2: Répartition des projets financés par genre (situation arrêtés au 31/12/2016)



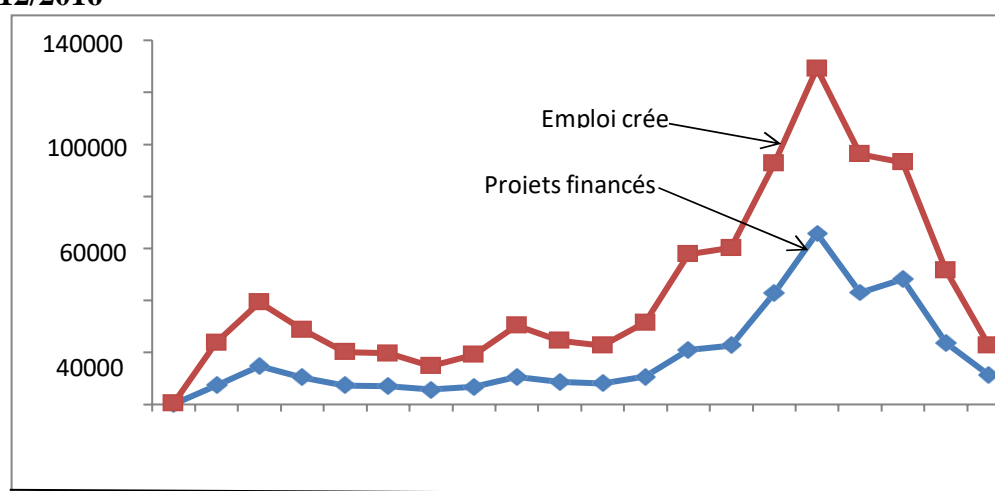
Source : Etablie à partie des données du tableau (annexe 1)

Par sexe, le nombre de projets portés par des hommes était de 330 791 et le nombre de projets portés par des femmes était de 37 189, soit un taux global de féminisation de 10 %. Cela suggère que l'ANSEJ attire plus d'hommes, grâce à ses avantages en matière de financement, ainsi qu'en répondant aux critères d'éligibilité pour les hommes plutôt que pour les femmes dans différentes industries.

1.2.2. Evolution des nombres de PME et d'emplois générés par le dispositif ANADE ex ANSEJ

La figure n°4, présente une évaluation des volets création d'entreprises et emploi du dispositif ANADE ex ANSEJ depuis sa création jusqu'à fin 2016.

Figure 3: Evolution des nombres de PME créé et d'emplois générés situation arrêtée au 31/12/2016



Source : Construit à partir des données statistiques de l'ANADE ex ANSEJ

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

Il y a une tendance à la hausse d'année en année. Croissance régulière entre 1997 et 2007 (tant en nombre de projets qu'en nombre d'emplois).

De 2008 à 2012, le dispositif a enregistré une croissance très importante, avec 65 812 projets financés en 2012 et 129 203 emplois créés, soit un taux de croissance de 75,68 %. Cette évolution positive est due aux nouvelles mesures prises par les pouvoirs publics pour encourager l'entrepreneuriat, telles que la réduction des taux de cotisation individuels à 1 % et 2 %, ainsi que l'augmentation du PNR à 29 % et 28 %, et l'octroi de PNR supplémentaires pour certaines activités (Crowded bureaux, véhicules d'atelier, etc.)

Par rapport à 2013, cette croissance a pris le chemin inverse, avec une détérioration du nombre de projets et d'emplois créés, soit en 2016, 11 262 projets ont été financés et 22 766 emplois ont été créés. Autrement dit, le taux d'emploi a chuté de 82,37 % en 2012/2016.

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

Section 2 : Agence National de Gestion du Microcrédit ANGEM ³²

Nous avons conçus cette deuxième section pour présenter un autre dispositif ANGEM, à travers ses missions, ses modes de financement, ses avantages....etc. A la fin en va montrer quelques statistiques sur le nombre d'entreprise crée et emplois générés par ce dispositif au niveau national.

2.1.Origines

L'Algérie a adopté le microcrédit comme outil de lutte contre la pauvreté à partir de 1999. Cependant, cinq ans après, il a fallu créer une autre structure octroyant des microcrédits, à savoir l'agence nationale de gestion du microcrédit pour compléter le paysage public des structures destinées à l'insertion économique des populations n'ayant pas accès aux services bancaires. Ainsi, les pouvoirs publics ont montré leur volonté et leur détermination à lutter contre la pauvreté.

Le séminaire international, tenu au mois de décembre 2002 et ayant pour thème « L'expérience du Micro Crédit en Algérie », a confirmé un certain nombre de contraintes, dont les plus importantes sont:

- L'absence des actions d'accompagnement et de soutien des promoteurs dans les phases de maturation des projets et de suivi des activités financées ;
- La multitude des intervenants chargés de la mise en œuvre du dispositif.

C'est à la lumière des conclusions de ce séminaire, et de celles issues de la conférence internationale sur la pauvreté tenue en 2000, que le dispositif « micro crédit ANGEM » a été créé.

La naissance de l'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit, en 2004, s'inscrit dans la stratégie nationale de lutte contre la pauvreté et la précarité. Elle est venue pallier les insuffisances décelées et répondre aux impératifs suivants :

- L'octroi de crédits de manière décentralisée ;
- La simplification des conditions d'éligibilité ;
- L'adaptation des procédures et des modalités d'application aux conditions objectives des populations pauvres ;
- La fluidité des mécanismes d'approbation et d'octroi effectif des crédits pour susciter l'adhésion et la participation des populations pauvres ;
- La pérennité du système par mise en place de règles de fonctionnement adéquates ;
- La possibilité de répondre à une demande forte, notamment celle émanant des femmes au foyer, de la famille productive, des artisans et de petits agriculteurs, éleveurs.

L'ANGEM est née dans un environnement économique et social très favorable. Depuis 1999, les taux de croissance annuels sont de l'ordre de 5%, la dette extérieure à moyen et à

³² Site officiel de l'ANGEM : www.angem.dz

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

long terme est en diminution très significative et la balance courante est excédentaire. Des programmes nationaux sont lancés dans divers domaines : logement, santé, éducation, agriculture, pêche, travaux publics, etc.

Dans la même optique, l'Etat a mis en place des stratégies et projets ambitieux visant l'amélioration des performances des programmes de lutte contre le chômage et la pauvreté dans les zones rurales et urbaines, dans les hauts plateaux et le grand sud. Ces programmes visent à propulser l'emploi dans ces régions et à donner un essor à cette dynamique de création de richesses et de la valeur ajoutée.

2.2. Présentation du dispositif ANGEM

L'agence national de gestion du microcrédit est créée par le décret exécutif n°04-14 du 22/01/2004³³. Elle représente un autre outil de lutte contre le chômage et la fragilité sociale, visant le développement des capacités individuelle des personnes, en créant leur propre activité.

Ils peuvent bénéficier des avantages du dispositif ANGEM, les promoteurs âgés de plus de 18 ans, sans revenus et/ou disposant des petits revenus instables et irréguliers, dont les montants d'investissement peuvent atteindre 1 000 000DA.

L'Agence est dotée d'une structure dénommée « Fonds de Garantie Mutuelle des Micro Crédit F.G.M.M.C », qui a pour mission de garantir les micro crédits accordés, par les banques et établissements financiers adhérents au Fonds, aux promoteurs ayant obtenu une notification des aides de l'Agence.

Aussi, et à l'effet d'assurer les missions qui lui sont confiées, l'Agence a adopté un modèle d'organisation décentralisée : 49 Agences de wilaya couvrant l'ensemble du territoire du pays, soutenues par des cellules d'accompagnement au niveau de chaque Daïra. Le Fonds de garantie F.G.M.M.C est représenté au niveau de chaque agence de wilaya par un cadre chargé d'études.

Un lien fonctionnel entre la Direction Centrale et les démembrements locaux (Wilayas) est assuré par l'Antenne Régionale. Structure chapotant une moyenne de cinq (05) Agences de wilayas, elle assure les rôles de coordination, de consolidation et de suivi des activités. Un réseau de 10 Antennes Régionales couvre l'ensemble des agences des wilayas.

Cette organisation représente un modèle idoine pour le travail de proximité et la réduction des délais nécessaires pour des prises de décisions rapides et adéquates.

³³ Décret exécutif n°04-14 du 22 janvier 2004, portant création et fixant le statut de l'agence national de gestion du microcrédit.

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

Cette agence a pour objectifs :

- ✓ Contribuer à la lutte contre le chômage et la précarité dans les zones urbaines et rurales en favorisant l'auto emploi, le travail à domicile et les activités artisanales et de métiers, en particulier chez les populations féminines ;
- ✓ Sensibiliser les populations rurales dans leurs zones d'origines par l'émergence d'activités économiques, culturelles, de production de biens et services, génératrices de revenus et d'emplois ;
- ✓ Développer l'esprit d'entrepreneuriat qui remplacerait celui de l'assistanat et aiderait ainsi à l'intégration sociale et à l'épanouissement individuel des personnes ;
- ✓ Suivre les activités réalisées par les bénéficiaires en veillant au respect des conventions et contrats qui les lient à l'ANGEM ;
- ✓ Former les porteurs de projets et les bénéficiaires de micro crédits aux techniques de montage et de gestion d'activités génératrices de revenus et des très petites entreprises;
- ✓ Soutenir la commercialisation des produits issus du micro crédit, par l'organisation des salons d'exposition/vente ;
- ✓ Soutenir, conseiller et accompagner les bénéficiaires dans la mise en œuvre dans leurs activités notamment en ce qui concerne le montage financier de leur projets et la phase d'exploitation.

2.2.1. Missions de l'ANGEM

L'Agence National de Gestion du Micro crédit a pour missions :

- ✓ Gestion du dispositif du micro crédit, conformément à la législation et la réglementation en vigueur ;
- ✓ Soutien, conseil et accompagnement des bénéficiaires dans la mise en œuvre de leurs activités, notamment ce qui concerne le montage financier de leur projets ;
- ✓ Notification aux bénéficiaires dont les projets sont éligibles au dispositif, des différentes aides qui leur sont accordées ;
- ✓ Assurer le suivi des activités réalisées par des bénéficiaires, en veillant au respect des conventions et contrats qui leur lient à l'Agence et en les assistants, en cas de besoins auprès des institutions et organismes concernés par la mise en œuvre de leurs projets ;
- ✓ Entretien de relations permanentes avec les banques et les établissements financiers, dans le cadre du montage financier des projets, de la mise en œuvre du schéma de financement et du suivi de la réalisation et de l'exploitation des créances non remboursées dans les délais ;
- ✓ Formation des porteurs de projet et des bénéficiaires du micro crédit aux techniques de montage et de gestion d'activités génératrices de revenus ;
- ✓ Organisation de salons nationaux et régionaux des produits du micro crédit (exposition, vente) ;

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

2.2.2. Mode de financement du dispositif ANGEM

Le dispositif permet deux formules de financement :

2.2.2.1. Prêt pour achat des matières premières (ANGEM - promoteur)

Il s'agit de microcrédits non rémunérés octroyés directement par l'ANGEM au titre de l'achat de matières premières. Ils ne dépassent pas les 100 000 DA dans les zones normales et 250 000DA pour les wilayas du Sud et des hauts plateaux, la durée du remboursement ne peut dépasser 36 mois. (Avant la promulgation du Décret Présidentiel n° 11-133 du 22 mars 2011, le montant est de 30 000DA).

2.2.2.2. Financement triangulaire (ANGEM - banque - Promoteur)

Concerne des crédits octroyés par la banque et l'ANGEM au titre de création d'activité par l'acquisition de petits matériels, matières premières de démarrage et au paiement des frais nécessaires au lancement de l'activité. Le montant du projet est plafonné à 1 000 000 DA (avant la promulgation précédente, le montant est de 400 000DA). Le financement se présente comme suit :

- Un prêt bancaire de 70%, bonifié à 100%
- Un prêt ANGEM non rémunéré de 29%
- Un apport personnel de 1%

Les délais de remboursement peuvent aller jusqu'à 8 années avec un différé de 3 années pour le remboursement du crédit bancaire.

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

Tableau 6: Tableau récapitulatif des deux programmes de financement de l'ANGEM

Taille du projet	Profil du promoteur	Apport personnel	Crédit bancaire	Prêt non rémunéré	Taux d'intérêt
Ne dépasse pas 100 000DA	Tout profil (acquisitions de matières premières)	0%	-	100%	Sans intérêt
Ne dépasse pas 250 000DA	Tout profil (acquisition de matières premières au niveau des wilayas du Sud)	0%	-	100%	Sans intérêt
Ne dépasse pas 1 000 000DA	Tout profil (acquisitions de petits matériels et de matières premières de démarrage de l'activité)	1%	70%	29%	Bonifié à 100%

Source : Site officiel www.angem.dz

L'ANGEM gère dans le cadre du micro crédit deux formes de financement allant du petit prêt non rémunéré PNR, financé par l'ANGEM avec un plafond de 100.000,00 DA et qui peut atteindre 250 000 DA au niveau des wilayas du Sud) jusqu'au prêt plus important (ne dépassant pas 1.000.000,00 DA), destiné pour la création d'activité et faisant appel à un montage financier avec une banque.

Chaque formule de financement, de par ses spécificités, permet de financer certaines activités et intéresse par là même une population particulière.

2.2.3. Aides et avantages accordées par l'ANGEM

Deux types d'avantage sont accordés :

2.2.3.1. Accompagnement et financement

- ✓ Formation, soutien, conseil, assistance technique et accompagnement des promoteurs sont assurés par l'ANGEM, à titre gracieux, dans le cadre de la mise en œuvre de leurs activités ;
- ✓ Le crédit bancaire est bonifié à 100% ;

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

- ✓ Un prêt non rémunéré équivalent à 29% du coût global de l'activité au titre de la création d'activité par l'acquisition de petits matériels et matières premières de démarrage de l'activité qui ne saurait dépasser 1 000 000DA ;
- ✓ Pour l'achat de matières premières, le PNR est fixé à 100% du coût global du projet qui ne saurait dépasser les 100 000 DA. Ce montant est porté à 250 000 DA dans les wilayas du sud.

2.2.3.2. Avantages fiscaux

- ✓ Une exonération totale d'IRG, TAP et IBS pendant une période de 3 années ;
- ✓ Une exonération de la taxe foncière sur les constructions servant aux activités exercées, pour une durée de trois ans ;
- ✓ Sont exemptés du droit de mutation, les acquisitions immobilières effectuées par les promoteurs, en vue de la création industrielles ;
- ✓ Les actes portant constitution de sociétés créés par les promoteurs sont exonérés de tout droit d'enregistrement ;
- ✓ Un abattement d'impôt sur le revenu global ou l'impôt sur les bénéfices des sociétés, ainsi que sur la taxe sur l'activité professionnelle, dus à l'issue de la période des exonérations pendant les trois premières années d'imposition, comme suit :
 - 1^{ère} année d'imposition : un abattement de 70% ;
 - 2^{ème} année d'imposition : un abattement de 50% ;
 - 3^{ème} année d'imposition : un abattement de 25% ;
- ✓ Les droits de douanes relatifs aux équipements importés entrant directement dans la réalisation de l'investissement, sont déterminés par l'application de taux de 5%.

2.2.4. Conditions d'éligibilité

- ✓ Être âgé de 18 ans et plus;
- ✓ Etre sans revenus ou disposant de petits revenus instables et irréguliers;
- ✓ Avoir une résidence fixe;
- ✓ Disposer d'une qualification matérialisée par un diplôme, ou un titre équivalent reconnu ou bien, posséder un savoir faire prouvé en relation avec l'activité projetée;
- ✓ Ne pas avoir bénéficié d'une autre aide à la création d'activités;
- ✓ Mobiliser un apport personnel de 1% du coût global de l'activité, au titre de l'acquisition de petits matériels et matières premières de démarrage de l'activité ;
- ✓ Cotiser au FGMMC dans le cas où le promoteur sollicite un crédit bancaire;
- ✓ S'engager à rembourser le montant du prêt à la banque selon un échéancier arrêté ;
- ✓ S'engager à rembourser à l'ANGEM, le montant du PNR selon un échéancier arrêté.

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

2.3. Rôle de l'ANGEM dans la création d'entreprise

Le Programme ANGEM réduit le taux Chômage en Algérie. L'agence a créé pas moins de 788 162 entreprises depuis sa création Au niveau national ainsi 1 182 246 emplois ont été créés.

2.3.1. Répartition des crédits octroyés dans le cadre du dispositif ANGEM par genre et type de financement

Le tableau ci-dessus présente l'activité de l'ANGEM dans la création d'entreprises et l'emploi, par genre et type de financement.

Tableau 7: Répartition des crédits ANGEM accordés et de l'emplois créé par genre (situation arrêtée au 31/12/2016)

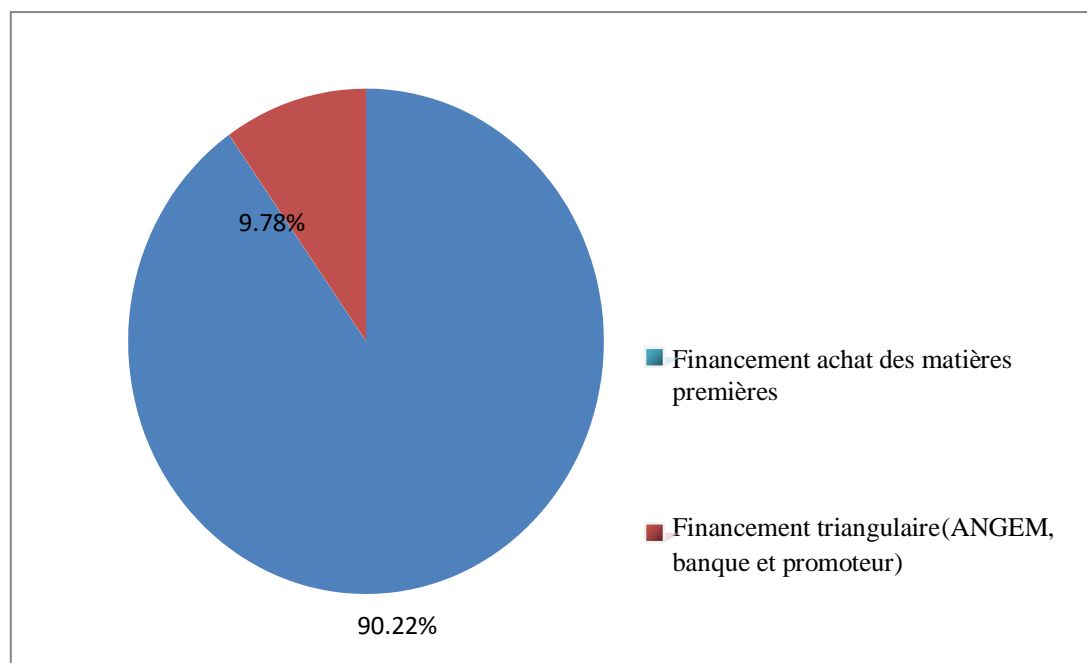
	Type de financement		Type de bénéficiaire		Emploi créé
	Financement achat de matières premières	Financement triangulaire (ANGEM, Banque et promoteur)	Homme	Femme	
Nombre de crédit	711095	77067	491089	297073	
Part %	90,22	9,78	62,31	37,69	
Total	788162				1182246

Source : Conception personnelle à partir des données statistiques de l'ANGEM

Ces données montrent que le système met fortement l'accent sur le financement opérationnel. Et l'existence d'un monopole des femmes dans le système (jusqu'à 62,31%) est due à la nature des activités financées par l'ANGEM pour encourager les femmes au foyer et au niveau de risque d'investissement plus faible. En revanche, l'homme n'offrait que la plus faible part de ces crédits à 9,78%. Cela nous permet de dire que l'ANGEM attire davantage l'attention des femmes.

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

Figure 4 : Répartition des crédits octroyés par type de financement situation arrêtée au Février 2017



Source : Etablie à partir des données statistique ANGEM

Contrairement au financement triangulaire, qui a une part très faible de 9,78%, cela est dû aux préoccupations des femmes concernant les risques bancaires, qui représentent alors une grande partie de l'activité d'équipement, ainsi qu'aux retards administratifs (l'accord bancaire qui prend du temps, du fait de la méfiance des banques de l'insolvabilité des promoteurs en générale).

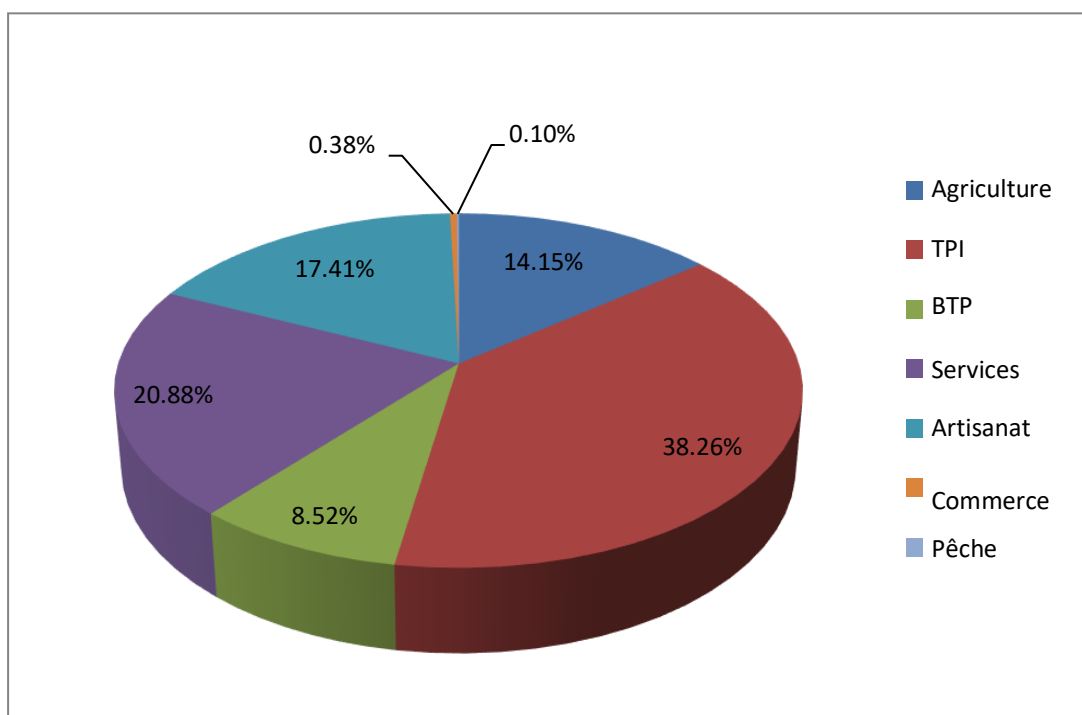
2.3.2. Répartition des crédits octroyés dans le cadre du dispositif ANGEM par secteur d'activité situation arrêtée au 2017

L'évolution du nombre de PME créées par l'ANGEM ne connaît pas une croissance uniforme dans tous les secteurs d'activité, mais elle varie d'une niche à l'autre et d'une branche de pratique à l'autre selon la logique des quicks wins (Gain Rapide).

Pour bien illustrer la répartition des PME par secteur actif créées dans le cadre de l'ANGEM, nous avons utilisé le graphique suivant.

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

Figure n°5: Répartition des crédits octroyés par secteur d'activité dans le cadre du dispositif ANGEM situation arrêtée au Février 2017



Source : Etablie à partir des données statistique de l'ANGEM

L'analyse des statistiques de la figure n°6, illustre que parmi les secteurs d'activités les plus croissants sont les TPE (tel que les petits ateliers de confection), qui sont détenues généralement par des femmes, avec un taux de 38,26%. Suivie par le secteur des services, d'artisanat et d'agriculture avec 20,88%, 17,41%, 14,41% respectivement. Tandis que les secteurs pêche et commerce occupe de petite parties, soit 0,38% et 0,10% respectivement.

2.3.3. Evolution d'emploi créé par le dispositif ANGEM

Le tableau ci-dessous illustre l'évolution d'emploi créé dans le cadre du dispositif ANGEM

Tableau 8: Evolution du nombre d'emplois créés dans le cadre de l'ANGEM 2005-2017

Années	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Emploi créé	4994	33331	25847	63248	91101	77934	161417	219641	166053	176315	126152	32045	4268

Source : Etablie à partir des données statistique de l'ANGEM

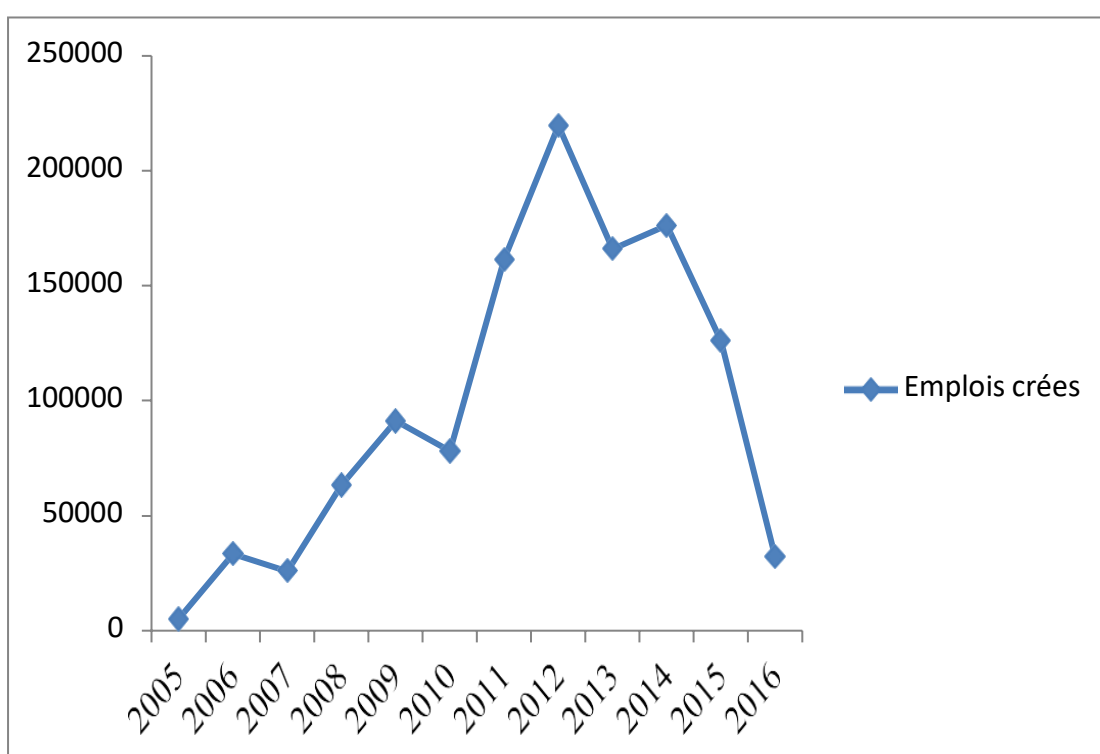
D'après le tableau, on remarque une forte évolution depuis sa création jusqu'à 2012, avec 219641 de postes d'emplois créés. Cette croissance est importante, vu que en 2011, le dispositif a pris de nouvelles mesures tel que : l'augmentation du montant d'investissement de

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

40 000 DA à 1 000 000 DA, ainsi le PNR pour achat de matières premières est fixé à 100% du cout globale du projet au lieu de 90%.

A partir de 2013 le dispositif enregistre une dégradation importante en termes d'emplois créés, arrivé à 4268 en Février 2017 avec un taux de diminution de 37,90%. Cette dégradation est justifié par les engagements pris par les pouvoirs publics pour limiter le nombre de projet financé par le dispositif, vu que le pays subi une crise financière difficile avec la chute des prix du pétrole.

Figure 6 : Evolution du nombre d'emploi créé par l'ANGEM situation arrêtée au 2017



Source : Etablie à partir des données statistiques de l'ANGEM

La courbe d'emploi montre que le dispositif ANGEM marque une croissance continue en terme d'emplois créés depuis sa mise en œuvre jusqu'à 2012, où cette dernière est l'année la plus attractive pour le dispositif avec 219641 postes d'emplois, ce qui explique la dynamique de l'ANGEM pour la création d'activité.

A partir de 2013 le nombre d'emplois crée connaît une dévaluation significative, soit 32045 emplois créés à la fin de 2016 pour reculé jusqu'à 4268 postes d'emplois en février 2017.

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

Section 3 : Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)

Dans cette section, nous allons présenter en premier lieu, le dispositif CNAC à savoir ses objectifs, ses missions, ces modes de financement. Puis, en seconde lieu, en va apporter quelques statistiques relatives à l'activité de la CNAC, en termes de création d'entreprises au niveau national depuis sa mise en œuvre.

3.1.Présentation de dispositif CNAC³⁴

Le dispositif CNAC est crée par le décret présidentielle n°03-514 du 30/12/2003, dans le but de soutenir la création d'activités. En Juin 2010 les pouvoirs publics, suite à une évaluation de son parcours ont pris de nouvelles dispositions pour mieux répondre aux attentes et aspirations des populations concernées.

Les aménagements de ce dispositifs ont porté sur :

- ✓ La réduction d'inscription à l'ANEM, un mois au lieu de six mois ;
- ✓ Le relèvement du niveau d'investissement de 5 MDA à 10 MDA ;
- ✓ L'accès au dispositif de 30 ans (au lieu de 35 ans) à 50 ans.

La CNAC a été créé dans le but de préserver les postes d'emplois, chargé de sa mise en œuvre, développe une démarche opérationnelle visant les objets suivants :

- ✓ Promouvoir l'esprit entrepreneurial ;
- ✓ Offrir des crédits adoptés à des conditions avantageuses.

3.1.1. Missions de la CNAC

La Caisse National d'Assurance Chômage a pour missions :

- ✓ Gérer les prestations services au titre du risque qu'elle ouvre ;
- ✓ Accompagner les porteurs de projets ;
- ✓ Aider et soutenir, en relation avec les services publics de l'emploi et les administrations de la commune et de la wilaya ;
- ✓ réinsertion dans la vie active des chômeurs régulièrement admis au bénéfice des prestations de l'assurance chômage ;
- ✓ Organisme du contrôle prévu par la législation en vigueur en matière d'assurance chômage ;
- ✓ Tenir à jour le fichier des affiliés et d'assurer le recouvrement, le contrôle et le contentieux du recouvrement de l'assurance chômage.

³⁴ Conception des informations à partir du site officiel de la CNAC : [http:// www.cnac.dz](http://www.cnac.dz)

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

3.1.2. Mode de financement de la CNAC :

La CNAC utilise uniquement le financement triangulaire, où le crédit bancaire dont les intérêts sont bonifiés en totalité par le trésor. Le seuil de l'investissement est 10 millions de dinars arrêté.

Tableau 9: Financement triangulaire CNAC

Investissement	Apport personnel	Prêt non rémunéré	Crédit bancaire
Inférieur ou égal 5000 000 DA	1%	29%	70%
Supérieur à 5000 000 et inférieurs à 10 000 000 DA	2%	28%	70%

Source : conception personnelle a partir du site officiel www.cnac.dz

Remarque : La CNAC offre des prêts non rémunéré (PNR) supplémentaire pour certaines activités (cabinet groupé, véhicule atelier, loyer). Ces prêts sont accordés exclusivement en phase de création.

3.1.3. Avantage accordés aux chômeurs promoteurs :

Deux phases d'avantages fiscaux sont accordées :

3.1.3.1. Phase de réalisation

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

3.1.3.2. Phase d'exploitation

Des avantages fiscaux sont accordés à la micro-entreprise (pour une période de trois (03) ans à partir du démarrage de l'activité ou de six (06) ans quand le projet est implanté dans une zone à promouvoir. Cette période d'exonération est prorogée de deux (02) années, lorsque le jeune promoteur s'engage à recruter au moins trois (03) employés pour une durée indéterminée.

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

Ces avantages concernent :

- Exonération totale de l'IBS, de l'IRG et de la TAP ;
- Exonération de la taxe foncière sur les constructions et additions de constructions destinées aux activités des micro-entreprises.

3.1.4. Conditions d'éligibilité

- ✓ Etre âgé(e) de trente (30) à cinquante (50) ans ;
- ✓ Etre de nationalité algérienne ;
- ✓ Ne pas occuper un emploi rémunéré ou exercer une activité pour son propre compte au moment de l'introduction de la demande d'aide ;
- ✓ Etre inscrit auprès des services de l'agence nationale de l'emploi comme demandeur d'emploi ou être allocataire de la caisse nationale d'assurance chômage ;
- ✓ Jouir d'une qualification professionnelle et/ou posséder un savoir-faire en rapport avec l'activité projetée ;
- ✓ Pouvoir mobiliser des capacités financières suffisantes pour participer au financement de son projet ;
- ✓ N'avoir pas bénéficié d'une mesure d'aide au titre de la création d'activité.

3.2. Le rôle de la CNAC dans la création d'entreprise

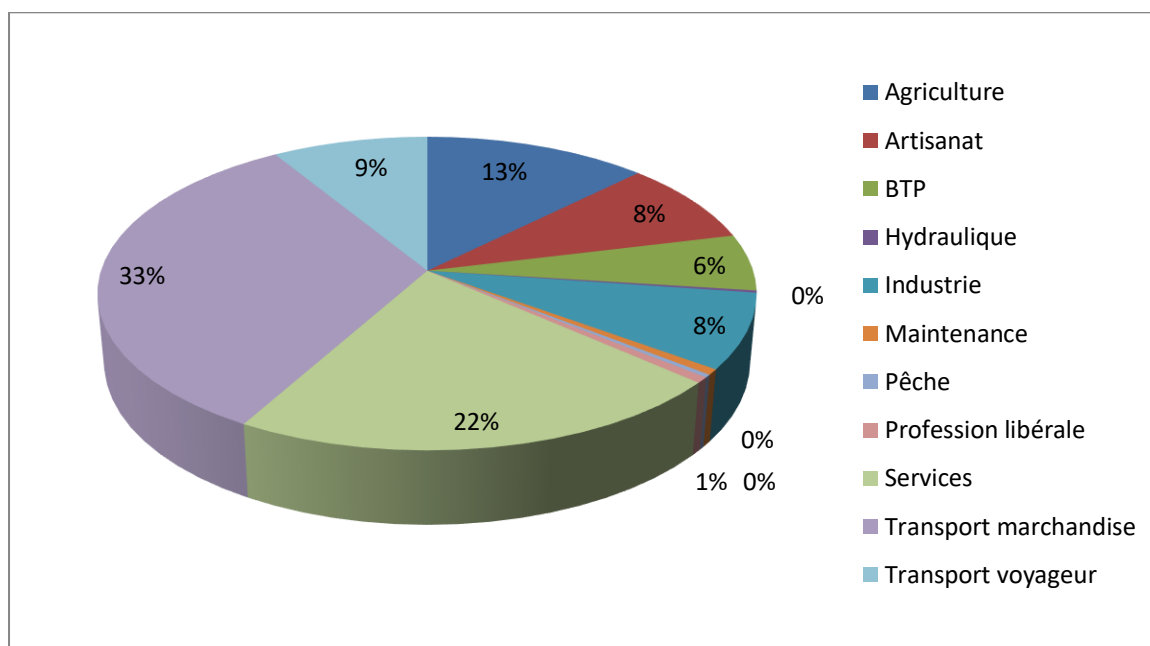
Les chiffres fournis par le dispositif CNAC constituent une source pour apprécier le rôle joué par les PME dans la création d'une dynamique sur le marché de travail en Algérie. 138716 projets financés par la CNAC, contribue à la création de 288721 de poste d'emplois, pour un total de financement d'ordre de 449796,6 MDA.

3.2.1. Répartition des entreprises créées dans le cadre du dispositif CNAC par secteur d'activité

La figure n°8, illustre le nombre de projets financés par secteur d'activité depuis sa mise en œuvre jusqu'au 31/12/2016

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

Figure 7: Répartition des projets financés par secteur d'activité (situation arrêtée au 31/12/2016)



Source : Etablie à partir des données du tableau (annexe 2)

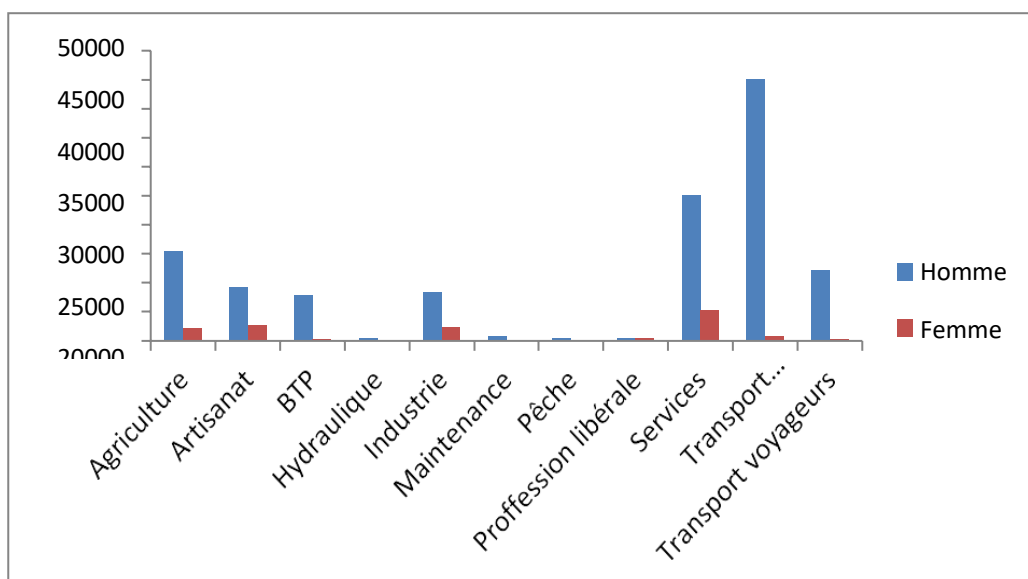
Le point marquant dans la lecture des statistiques de la figure n°7, est la prédominance du secteur de transport (marchandise et voyageurs), qui totalise environ 42% d'entreprise créée, suivie par le secteur des services avec 22%. Nous constatons aussi un nombre important dans l'agriculture, artisanat, pêche, maintenance BTP et l'industrie. Tandis que les autres secteurs sont faibles.

3.2.2. Répartition des projets financés par genre dans le cadre de la CNAC situation arrêtée au 31/12/2016

La figure ci-après, présente la répartition des entreprises créées par genre dans le cadre du dispositif CNAC

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

Figure n°8 : Répartition des projets financés par genre dans le cadre de la CNAC situation arrêtée au 31/12/2016



Source : Etablie à partir des données du tableau (annexe 2)

D'après cette figure, nous remarquons, la mobilisation en grande partie des projets financés pour l'homme dans tous les secteurs d'activités financées par la CNAC. Pour la part de la femme dans les projets financés est faible et inexistante dans certains secteurs, soit un taux de féminisation de

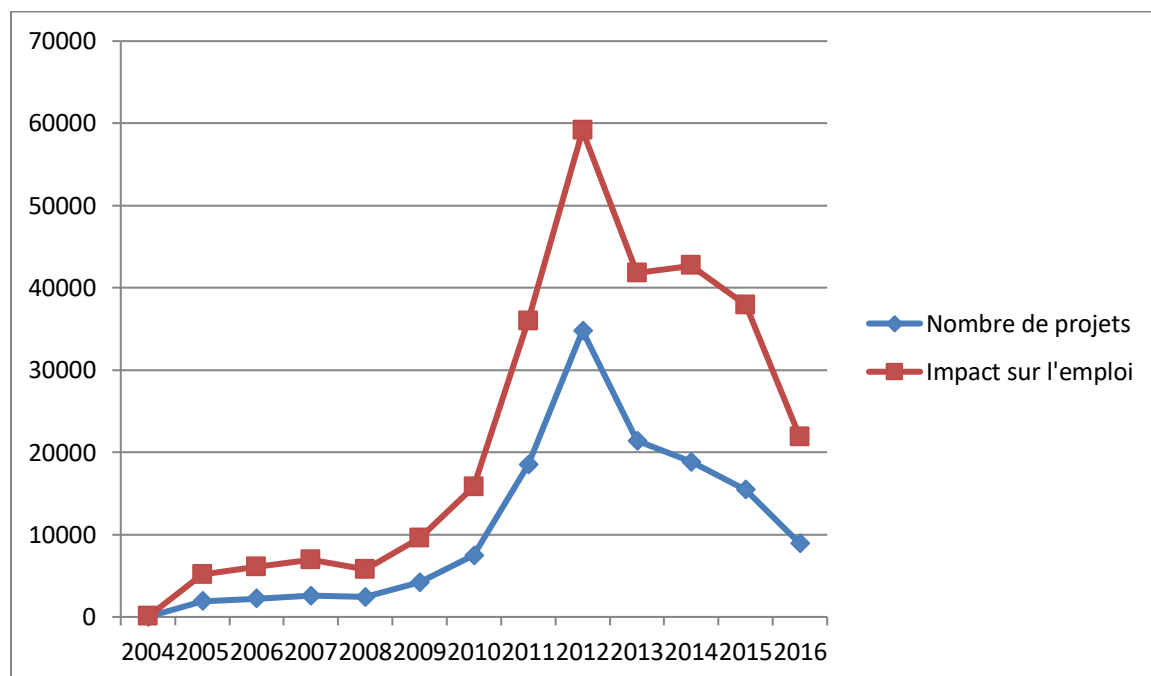
3.2.3. Evolution de nombre de PME créé et d'emploi généré par le dispositif CNAC

L'évolution du dispositif CNAC a une tendance à la hausse depuis sa création en 2004 jusqu'à 2012, il est passé de 13 à 34801 projets financés, avec un taux d'évolution de 99,96%, ce qui a généré plus de 144458 postes d'emplois durant la même période avec un taux d'évolution de 99,97%. Durant cette période, chaque entreprise créé génère en moyenne quatre postes d'emplois.

A partir de 2013, on remarque une baisse du nombre de projets financés atteint 8902 projets en 2016, soit une évolution décroissante de -58,42% durant la période 2013/2016.

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

Figure 9: Evolution des projets financés et d'emplois générés dans le cadre du dispositif CNAC 2004/2016



Source : Etablie à partir des données du tableau (annexe 3)

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

Section 4 : Agence National de Développement de l'Investissement (ANDI)

Nous avons abordé cette quatrième section, dans le but de présenter le dispositif ANDI, à savoir, son rôle dans le financement et dans l'accompagnement des investissements, ainsi que, les avantages accordé. Puis une illustration statistique sur la part de l'ANDI en termes des projets financés et emplois crée au niveau national.

4.1. Présentation de dispositif ANDI³⁵

L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement est créée par le décret exécutif n° 02/282 du 24/09/2001³⁶ ne limite ni l'âge, ni le niveau de financement. Elle est chargée de la promotion, le développement et la continuation des investissements en Algérie, que se soit pour les investisseurs nationaux ou les investisseurs étrangers.

Ses Guichets Uniques Décentralisés³⁷ sont des antennes de proximité et des interlocuteurs privilégiés auprès des porteurs de projets, leur principal rôle est de faciliter les procédures et simplifier les formalités de création d'entreprises et de développement des investissements.

4.1.1. Missions de l'ANDI

L'Agence National De Développement de l'Investissement a pour missions :

- ✓ Accueille, conseille et accompagne les investisseurs au niveau de ces structures centrales et régional ;
- ✓ Informe les investisseurs à travers son site web, ses supports de promotion et ces divers points d'information ;
- ✓ Veille à l'exécution concertée avec les différentes institutions concernées (douane, impôts...), des décisions d'encouragement à l'investissement ;
- ✓ Contribue à la mise en œuvre des politiques et stratégies de développement, en synergie avec les secteurs économiques consternés.

Deux régimes d'avantages sont prévus :

4.1.2. Le régime dit général :

Il s'applique aux investissements qui se caractérisent par une zone d'implantation dont le développement ne nécessite pas l'intervention de l'Etat et nature d'activité ne présentant pas un intérêt particulier au niveau de l'économie.

³⁵ Site officiel du dispositif ANDI : www.andi.dz

³⁶ L'ANDI remplace l'agence pour la promotion et le soutien à l'investissement (APSI) institué par le décret n°93/12 du 05/09/93.

³⁷ Le Guichet Unique Décentralisé est un démembrement à l'agence national de développement de l'investissement, au niveau local, créé au niveau de la wilaya.

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

Ses principaux avantages sont :

4.1.2.1. Avantages aux titres de réalisation

- ✓ Exonération des droits de douanes pour les biens et services non exclus, importés et entrant directement dans la réalisation de l'investissement ;
- ✓ Franchise de la TVA pour les biens et services non exclus, importés ou acquis localement entrant directement dans la réalisation de l'investissement ;
- ✓ Exemption du droit de mutation à titre onéreux pour toutes les acquisitions immobilières effectuées dans le cadre de l'investissement concerné ;
- ✓ Exemption des droits d'enregistrement, des frais de publicité foncière et de la rémunération domaniale portant sur les concessions de biens immobiliers bâtis et non bâtis consentis destinés à la réalisation de projets d'investissement.

4.1.2.2. Avantages au titre d'exploitation

Pour une période de trois (03) ans après constat d'entrée en activité établi par les services fiscaux à la diligence de l'investisseur

- ✓ Exonération de l'IBS ;
- ✓ Exonération de la TAP.

Cette durée peut être portée à cinq (05) ans pour les projets créant cent un (101) emplois et plus.

4.1.3. Régime dérogatoire

Concerne les projets d'investissements, dont la zone d'implantation ne nécessite pas l'intervention de l'Etat et nature d'activité présente un intérêt particulier au niveau de l'économie. C'est le cas des activités introduisant dans leurs stratégies le principe du développement durable. Les avantages accordés dans le cadre de ce régime sont de deux catégories et sont appliqués aux activités et à la propriété immobilière.

Ce régime s'applique beaucoup plus aux investissements courants réalisés dans les Wilayas du Sud et des Hauts-Plateaux (décision n°01/59 / 22/12/2001) :

Wilayas du Sud : Adrar, Biskra, Béchar, El Oued, Ghardaïa, Illizi, Laghouat, Ouargla, Tamanrasset, Tindouf.

Wilayas des Hauts Plateaux : L'ensemble des communes des wilayas suivantes : Batna, Djelfa, El Bayadh, Khenchela, M'Sila, Naâma, Saïda, Tébessa et Tiaret.

Certaines communes des wilayas suivantes : 10 communes de Bouira, 20 communes de Médéa, 3 communes de Mila, 13 commune de Oum El Bouagui, 14 communes de Sétif, 9 commune de Souk Ahras, 12 communes de Tlemcen, 9 communes de Tissemsilt.

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

4.1.3.1. Avantages aux titres de réalisation (3ans)

- ✓ Exemption du droit de mutation à titre onéreux pour toutes les acquisitions immobilières effectuées dans le cadre de l'investissement concerné ;
- ✓ Application du droit fixe en matière d'enregistrement, au taux réduit de deux pour mille (2‰), pour les actes constitutifs et les augmentations de capital ;
- ✓ Prise en charge partielle ou totale par l'Etat, après évaluation de l'Agence, des dépenses au titre des travaux d'infrastructures nécessaires à la réalisation de l'investissement ;
- ✓ Franchise de la TVA pour les biens et services entrant directement dans la réalisation de l'investissement, qu'ils soient importés ou acquis sur le marché local, lorsque ces biens et services sont destinés à la réalisation d'opérations assujetties à la TVA ;
- ✓ Exonération des droits de douanes pour les biens et services non exclus, importés et entrant directement dans la réalisation de l'investissement ;
- ✓ Exemption des droits d'enregistrement, des frais de publicité foncière et de la rémunération domaniale portant sur les concessions, pour les biens immobiliers bâtis et non bâtis consentis destinés à la réalisation de projets d'investissement.

4.1.3.2. Avantages aux titres d'exploitation (10ans)

- ✓ Exonération pendant 10 ans d'activité effective de l'IBS et de la TAP ;
- ✓ Exonération à compter de la date d'acquisition de la taxe foncière sur les propriétés immobilières entrant dans le cadre de l'investissement pour une période de 10 ans.

4.2. Le rôle du dispositif ANDI dans la création d'entreprise et d'activité

L'agence nationale du développement de l'investissement a contribué dans le processus d'absorption du chômage à travers son rôle qui consiste à aider les investisseurs dans la réalisation de leurs projets, que ce soit au niveau technique, financier ou fiscal.

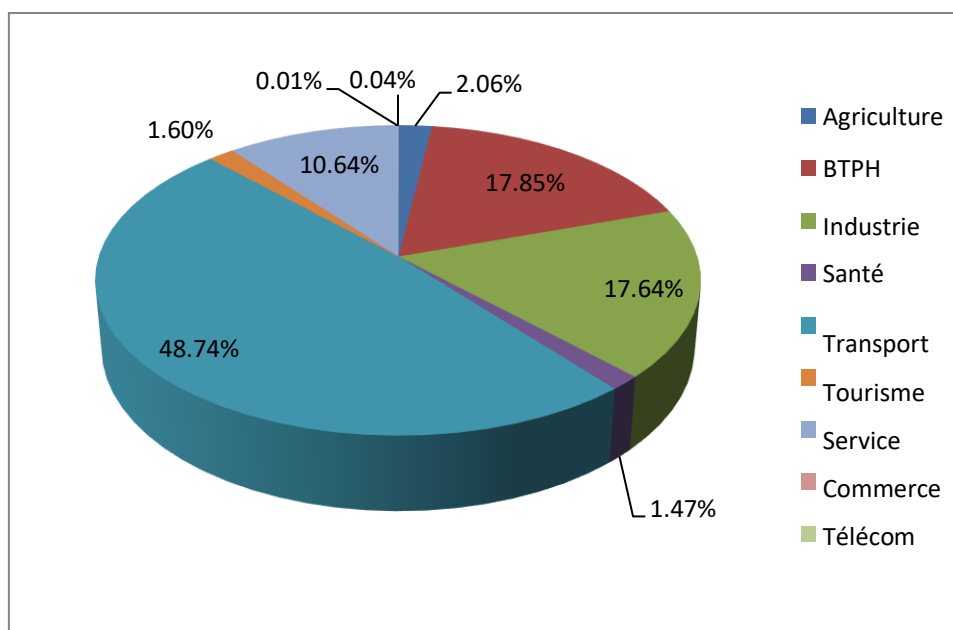
Le nombre de projets inscrit dans le cadre de cette agence dépasse 70429 projets et 990771 postes d'emplois créés depuis sa mise en œuvre jusqu'à 2016.

4.2.1. Répartition du nombre d'entreprises créées par secteurs d'activité dans le cadre du dispositif ANDI 2002/2016

La répartition des entreprises créées par secteur d'activité dans le cadre du dispositif ANDI apparaît en déséquilibre, pour une meilleure visualisation la figure ci-après montre ce déséquilibre.

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

Figure 10 : Répartition du nombre d'entreprises créées par secteur d'activité 2002/2016



Source : Etablie à partir des données statistiques de l'ANDI

D'après la figure, on constate que le secteur des transports occupe presque la moitié des entreprises créées dans le cadre du dispositif ANDI avec 41178 projets financés soit un taux de 48,74%. Suivie par les secteurs : industrie, BTP, service avec des taux 17,87%, 17,64%, 10,64% respectivement. Tandis qu'on note une très faible part des projets déclarés dans les secteurs suivant : santé, agricultures, commerces et tourisimes.

4.2.2. Evolution du nombre d'entreprises et d'emplois générés par l'ANDI

Le tableau ci-dessous montre l'évolution du nombre de projets déclarés et d'emplois générés dans le cadre du dispositif ANDI

Tableau 10: Evolution des projets financés et d'emplois générés 2011/2016

Année	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Nombre de projets déclarés	7803	7715	8890	9903	7950	7185
Emplois générés	140110	91415	148943	150641	143330	164414

Source : Etablie à partir des données statistiques de l'ANDI

On remarque que durant la période 2011/2014 le dispositif ANDI enregistre une évolution positive pour les projets financés, avec un taux de 26,91% (soit 2100 nouveaux

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

projets), mais à partir de 2015 le nombre de projet financé a diminué. Y'a aussi une forte croissance pour la création d'emploi ou le nombre créé est de 140110 poste en 2011, pour atteindre 164414 poste en 2016, soit un taux d'augmentation de 17,34% avec 24304 nouveaux postes créés.

4.3. Etude comparative des dispositifs (ANADE, ANGEM, CNAC, ANDI)

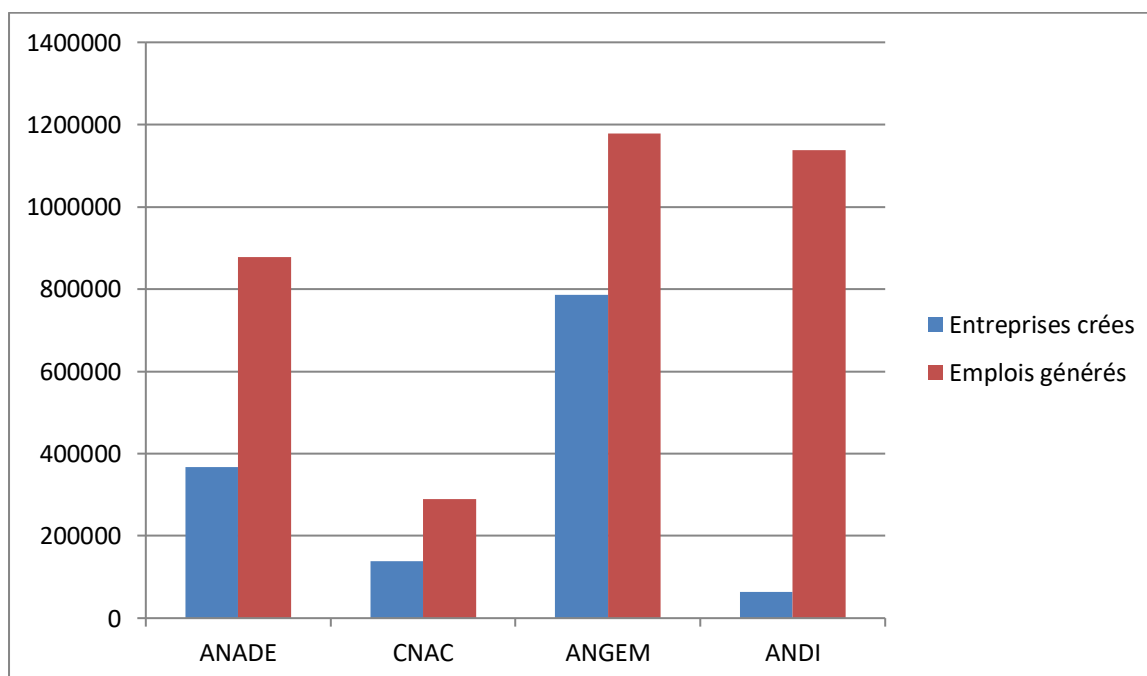
Nous concluons se chapitre par une étude comparative de nombre d'entreprises créés et d'emplois générés par les dispositifs d'aide à la création d'entreprise (ANADE, ANGEM, CNAC, ANDI).

Tableau 11: Evolution des dispositifs ANADE, ANGEM, CNAC et ANDI dans leurs cadre de création d'entreprise et d'emploi

Dispositifs	ANADE	CNAC	ANGEM	ANDI
Entreprises créés	367980	138716	785317	63804
Emplois générés	878264	288721	1177976	1138412

Source : Etablie à partir des données statistiques des dispositifs concernés

Figure 11: Répartition comparative des entreprises créés et d'emplois générés par les dispositifs concernés (Situation arrêtés au 31/12/2016)



Source : Etablie à partir des données du tableau n°11

La figure n°11, montre que l'ANGEM et l'ANADE sont les plus attractifs en matière de création d'entreprises, suivi par la CNAC puis l'ANDI. Tandis qu'en matière de création

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

d'emplois l'ANGEM et l'ANDI sont les plus attractifs, suivis par l'ANSEJ puis la CNAC. De ce fait, on peut dire que l'attractivité de ces deux dispositifs reliée à la nature des crédits accordés où l'ANDI ne limite pas le montant d'investissement, et l'ANGEM qui conçus pour les petits montants à moindre risques, et qui attire beaucoup plus l'aspiration féminines. Ainsi que, la tranche d'âge qui n'est pas aussi limité par ces deux dispositifs.

A la fin, on peut déduire d'après les résultats positives enregistrés par chaque dispositif en terme d'entreprise crée et d'emplois générés, la volonté des pouvoirs publiques et leur détermination à lutter contre le chômage et la pauvreté en Algérie.

CHAPITRE 2 : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

Conclusion du chapitre

En conclusion, il faut signaler que les dispositifs ANSEJ, CNAC, ANGEM et ANDI veillent sur la création des entreprises et surtout leurs gestion, et de les suivre en matière d'accompagnement et d'orientation, pour assurer une bonne conduite des promoteurs et d'augmenter les chances de réussir.

Il est important de rappeler que l'objectif recherché à travers ces dispositifs d'insertion des jeunes, est de contribuer à la création d'emplois stables dans le but de réduire le taux de chômage qui est de plus en plus élevé. Globalement ces organismes ont contribué durant la dernière décennie à améliorer, le niveau de l'emploi, mais aussi l'accroissement du nombre d'entreprises.

Le troisième chapitre de ce travail, tentera de faire une étude comparative entre l'ANADE et la CNAC dans la wilaya de Tizi-ouzou, pour savoir quel est le dispositif qui stimule plus la création d'entreprise.

*Chapitre 3 : étude
comparative entre les
dispositifs d'aide à la
création d'entreprise
anade et cnac (cas de
la wilaya de Tizi-
Ouzou*

CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

Introduction au chapitre

L'entrepreneuriat est aujourd'hui un problème majeur dans presque tous les pays, notamment en Algérie. Les différents avantages qu'elle procure témoignent de l'intérêt croissant qu'elle suscite. Par ailleurs, outre ses conditions en termes de création d'emplois et de renouvellement de la structure économique, l'entrepreneuriat peut intéresser les individus qui peuvent s'épanouir dans un environnement entrepreneurial.

En Algérie, les PME constituent une part importante de la structure économique. Ce n'est qu'à travers la mise en place de mécanismes, notamment l'ANSEJ et la CNAC, que le volume de création d'entreprises en Algérie a continué d'augmenter.

Les PME jouent un rôle important dans la vie économique, sont considérées comme des cellules de richesse et sont à l'origine de la satisfaction des besoins économiques et sociaux en termes de croissance économique et de résorption du chômage.

Dans le contexte de libéralisation et de transition de l'Algérie vers une économie de marché et d'augmentation du chômage, les pouvoirs publics sont obligés d'intervenir pour soutenir la création d'entreprise et l'accompagnement des différentes catégories, porteurs de projets et créateurs d'entreprises.

Dans ce dernier chapitre, nous nous sommes basés sur l'analyse des données statistiques qu'on a pu avoir au niveau des organismes cités précédemment, ainsi l'analyse des résultats obtenus à travers notre recherche au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou.

CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

Section 1 : Entrepreneuriat en Algérie

Après des années d'interdictions, l'Etat algérien a complètement changé son comportement vis-à-vis de l'investissement privé. De nation investisseuse dans les années 1970 et 1980, elle est devenue une nation incitative dans les années 1990. La justification de cette trahison est la crise économique, qui a réduit la capacité budgétaire du pays sous l'égide des programmes d'ajustement structurel.

1.1. Evolution et historique de l'entrepreneuriat en Algérie

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

1.1.1. L'entrepreneur de l'Algérie indépendante

Cette période est divisée en deux sous-périodes :

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

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

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

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

CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

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

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

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

Au début des années 1980, le processus de désengagement national a ouvert la porte à l'émergence et au renforcement du secteur privé, jusque-là principalement concentré dans trois secteurs : l'agroalimentaire, le textile et les matériaux de construction. Cependant, compte tenu des événements environnementaux internes et externes, l'Algérie a brutalement rompu avec son système économique et s'est lancée à la fin des années 1980 dans la création d'une nouvelle organisation centrée sur le marché. Il y a lieu de douter de la nouvelle vision de l'entrepreneuriat en Algérie

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

Les années 1990 ont marqué un tournant inéluctable dans le processus de libéralisation économique en Algérie. En effet, après l'échec du socialisme et les déficits de la plupart des grandes entreprises publiques, l'Algérie a initié des réformes majeures pour créer une économie de marché, pour lesquelles un arsenal juridique considérable a été construit, notamment en 1990.

D'autre part, les pays, sous la pression des institutions monétaires internationales (FMI, Banque mondiale, etc.), encouragent l'investissement privé en facilitant l'accès au crédit et en desserrant les contraintes bureaucratiques qui pèsent lourdement sur leur développement. Ainsi, le nouveau dispositif législatif et réglementaire assure plus de liberté aux entreprises privées et aux entrepreneurs en veillant à les orienter vers une dynamique plus productive que spéculative.

L'État positionne les entrepreneurs comme l'organe principal de la nouvelle direction du développement économique. Désormais, les entrepreneurs seront placés au centre de la réflexion dans l'élaboration des politiques de développement. Durant cette période transitoire, l'Etat algérien continue à jouer un rôle incitatif à travers l'agence de promotion et de soutien

CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

de l'Investissements (APSI)³⁸, qui grâce aux différents avantages fiscaux qu'elle accorde aux nouveaux entrepreneurs, a entraîné un mouvement important de création de petite et moyenne entreprise.

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

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

1.2.La provenance des entrepreneurs

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

Tableau 12: Provenance des entrepreneurs en Algérie

	Secteur public	Micro-Entreprise (<10 salariés)	Petite Entreprise (10-49 salariés)	Moyenne Entreprise (50-249 salariés)	Grande Entreprise (250 et plus)
Algérie	11.2%	27.9%	22.4%	45 .1%	19.5%

Source : Extrait du rapport GEM, P22

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

³⁸ Agence pour la promotion et le soutien de l'investissement créé en 1994 et remplacée en 2001 par l'ANDI, Agence national de développement de l'investissement.

CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

1.3.La place des femmes entrepreneurs en Algérie

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

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

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

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

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

CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

Section 2 : Analyse des données statistiques des entreprises créées et d'emplois générés par la CNAC au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou

Nous avons consacré cette section, à la présentation des différentes bases statistiques disponibles, pour faire ressortir les principaux résultats des dispositifs ANADE et CNAC en terme de création d'entreprises et d'emplois au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou.

2.1. Analyse des données statistiques des Entreprises créées et d'emplois générés par la CNAC au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou

Le tableau ci-dessous, présente la répartition du nombre de projets financés par secteur d'activité dans le cadre du dispositif CNAC.

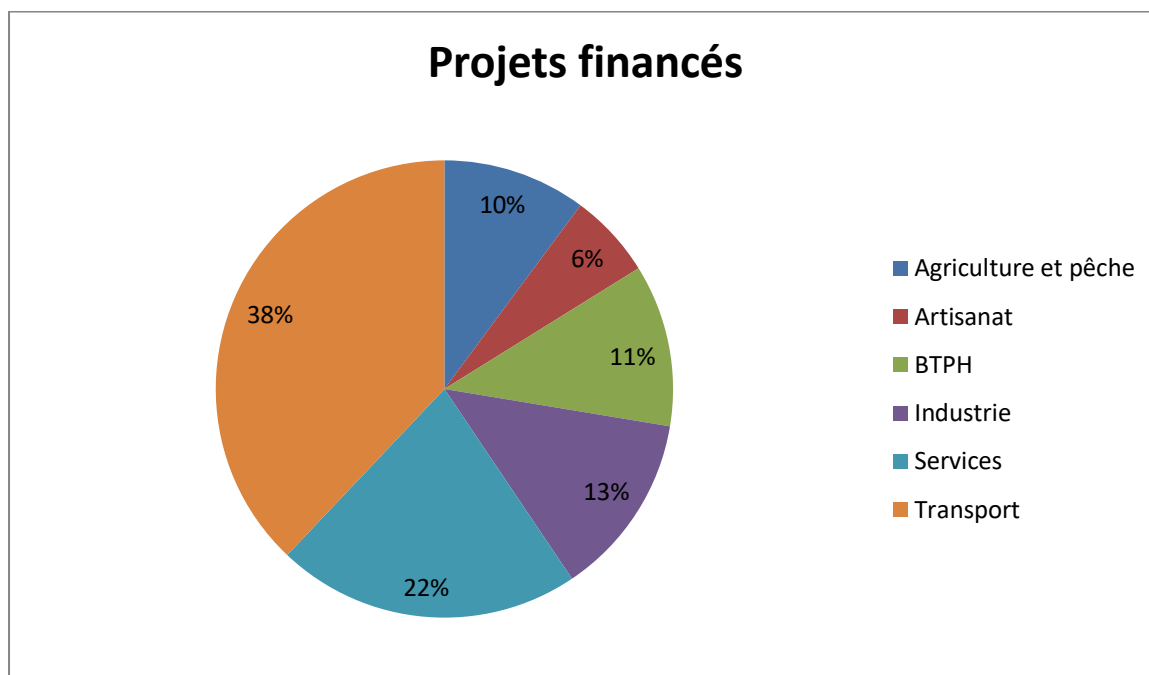
Tableau 13: Répartition des projets financés par année et par secteur d'activité dans le cadre du dispositif CNAC (Situation arrêtés au 31/12/2021)

Désignation	Agriculture et pêche	Artisanat	BTPH	Industrie	Services	Transport	Total
2004	0	0	0	0	1	0	1
2005	1	16	13	9	22	61	122
2006	3	18	20	25	54	20	140
2007	1	13	29	22	48	24	137
2008	4	6	27	23	42	5	107
2009	3	4	44	31	53	63	198
2010	13	6	77	53	90	286	525
2011	24	6	83	56	164	590	923
2012	76	28	173	178	341	898	1694
2013	106	49	159	218	346	1239	2117
2014	134	118	253	312	436	517	1770
2015	122	192	129	180	246	36	905
2016	111	96	68	74	135	2	486
2017	36	26	17	27	30	0	136
2018	74	4	6	20	29	0	133
2019	74	3	10	21	24	0	132
2020	91	3	18	11	23	0	146
2021	128	3	5	18	35	0	189
Total	1001	591	1131	1278	2119	3741	9861

Source : Etablie à partir des données statistique de la CNAC

CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

Figure 12 : Répartition des projets financés par année et par secteur d'activité



Source : Etablie à partir des données du tableau n°13

Le secteur des Transport prend la grande part, en terme de nombre d'entreprise créées avec 38% des créations, suivi par le secteur des services avec 22%, industrie et en dernier BTPH, l'agriculture et l'artisanat, avec 11%, 10% et 6% respectivement de l'ensemble des entreprises créées dans le cadre du dispositif CNAC.

Tableau 14 : Répartition des projets financés par année et par genre dans le cadre du dispositif CNAC (Situation arrêté au 31/12/2021)

Désignation	Homme	Femme	Total
2004	1	0	1
2005	117	5	122
2006	128	12	140
2007	123	14	137
2008	101	6	107
2009	184	14	198
2010	495	30	525
2011	837	86	923
2012	1523	171	1694
2013	1914	203	2117
2014	1485	285	1770
2015	725	180	905
2016	382	104	486
2017	107	29	136
2018	110	23	133

CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

2019	104	28	132
2020	113	33	146
2021	141	48	189
Total	8590	1271	9861

Source : Etablie à partir des données statistiques de la CNAC

Selon les données du tableau n°14, nous constatons que les hommes représentent une part très importante, au sein de la catégorie entrepreneur. La part des femmes entrepreneuses est moins importante que celle des hommes, ceci montre que la fonction de l'entrepreneur reste une activité propice aux hommes. Les caractéristiques de la société algérienne ne facilitent pas l'intégration des femmes dans un milieu qui paraît dur et fermé.

Tableau 15: Répartition du nombre d'emplois créés par secteur d'activité et par année dans le cadre du dispositif CNAC (Situation arrêtée au 31/12/2021)

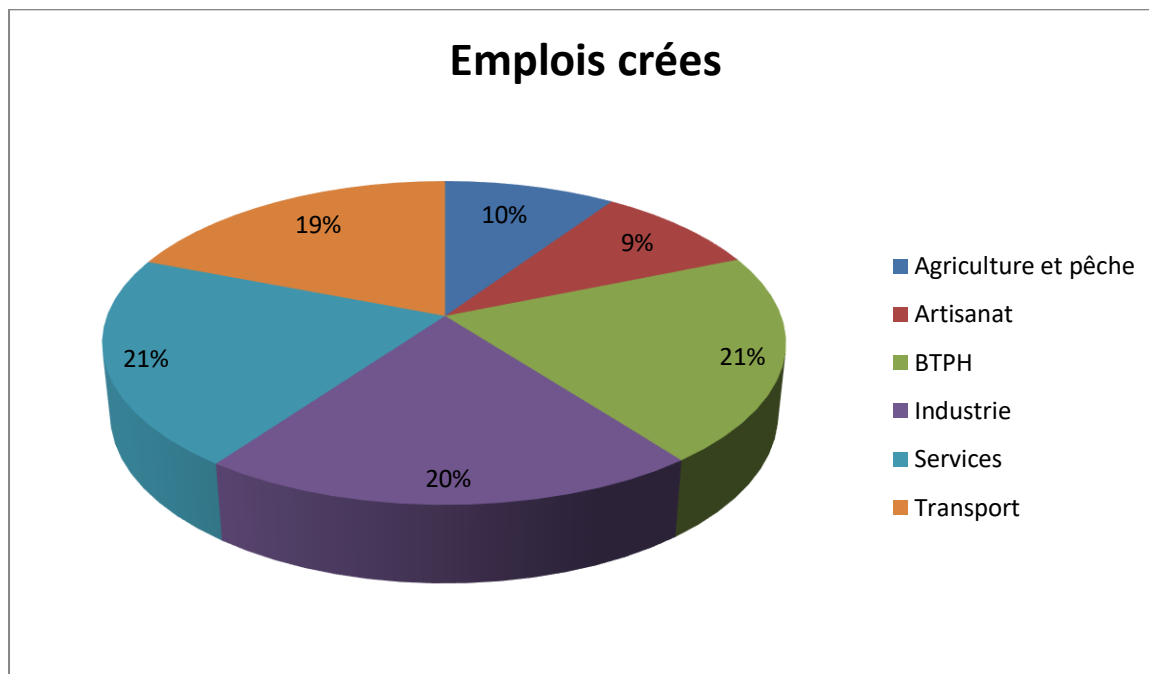
Désignation	Agriculture et pêche	Artisanat	BTPH	Industrie	Services	Transport	Total
2004	0	0	0	0	2	0	2
2005	1	47	51	25	49	62	235
2006	8	46	101	68	109	21	353
2007	2	36	169	91	110	25	433
2008	11	18	125	69	108	5	336
2009	4	11	194	84	145	63	511
2010	35	18	327	189	223	296	1088
2011	34	28	367	197	323	610	1559
2012	141	71	591	581	670	951	3005
2013	181	133	512	646	596	1258	3326
2014	263	370	864	1002	804	525	3828
2015	239	660	449	625	429	36	2438
2016	221	312	253	240	296	2	1324
2017	75	91	64	87	76	0	393
2018	153	10	19	61	78	0	321
2019	150	11	40	58	64	0	323
2020	168	9	59	28	55	0	319
2021	229	9	20	47	97	0	402
Total	1915	1880	4205	4108	4234	3854	20196

Source : Etablie à partir des données statistiques de la CNAC

Les 9861 entreprises qui sont financées par la CNAC depuis sa mise en place en 2004, ont généré la création de 20196 emplois, contribuant légèrement à l'absorption du chômage dans la Wilaya de Tizi-Ouzou.

CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

Figure 13: Répartition du nombre d'emplois créés par secteur d'activité et par années dans le cadre du dispositif CNAC (Situation arrêtés au 31/12/2021)



Source : Etablie à partir des données du tableau n°15

Le secteur des services prend la première position en termes d'emplois créés, avec un taux de 21%, suivi par le secteur de l'industrie et BTPH avec 21% et 20% respectivement, suivie du secteur des transports avec un taux 19%, et en dernier vient le secteur agriculture et artisanat avec 10% et 9% respectivement.

Tableau 16 : Répartition du nombre d'emplois créés par genre et par année dans le cadre du dispositif CNAC (Situation arrêtée au 31/12/2021)

Désignation	Homme	Femme	Total
2004	2	0	2
2005	229	6	235
2006	331	22	353
2007	383	50	433
2008	329	7	336
2009	472	39	511
210	1017	71	1088
2011	1379	180	1559
2012	2672	333	3005
2013	2960	366	3326
2014	3069	759	3828
2015	1807	631	2438
2016	1025	299	1324
2017	300	93	393

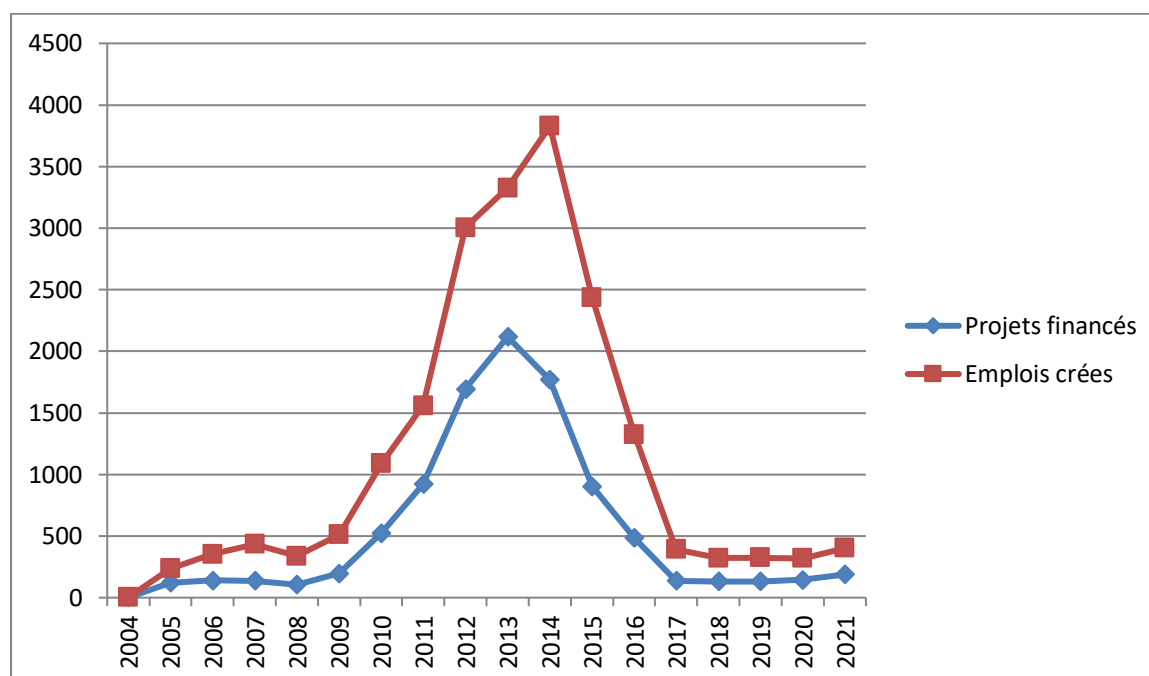
CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

2018	281	40	321
2019	279	44	323
2020	269	50	319
2021	318	84	402
Total	17122	3074	20196

Source : Etablie à partir des données statistiques de la CNAC

A la lecture du tableau n°16, nous constatons clairement la prédominance des hommes par rapport aux femmes, en termes de création d'emplois.

Figure 14: Evolution du nombre de projets financés et d'emplois créés dans le cadre du dispositif CNAC (Situation arrêtée au 31/12/2021)



Source : Etablie à partir des données des tableaux n°13 et n°15

A la lecture de la figure, nous constatons que durant 2013/2014, la CNAC a enregistré la période la plus créatrice d'emplois et d'entreprise, cela revient aux avantages financiers et fiscaux accordés par le dispositif ce qui encourage des nouveaux investissements productifs. Mais à partir de 2015, une tendance à la baisse des projets financés et d'emplois créés.

CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

2.2. Analyse des données statistiques des Entreprises créées et d'emplois générés par l'ANADE au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou

Durant la période 1998-2021 le dispositif ANADE ex ANSEJ a pu financer la création de 19890 entreprises et 41098 d'emplois dans différents secteurs économiques, le tableau ci-après présente la répartition des entreprises créées et d'emplois générés dans le cadre du dispositif ANADE par secteur d'activité.

Tableau 17 Répartition du nombre de projets financés et d'emplois créés par secteur d'activité dans le cadre de l'ANADE (Situation arrêtée au 31/12/2021)

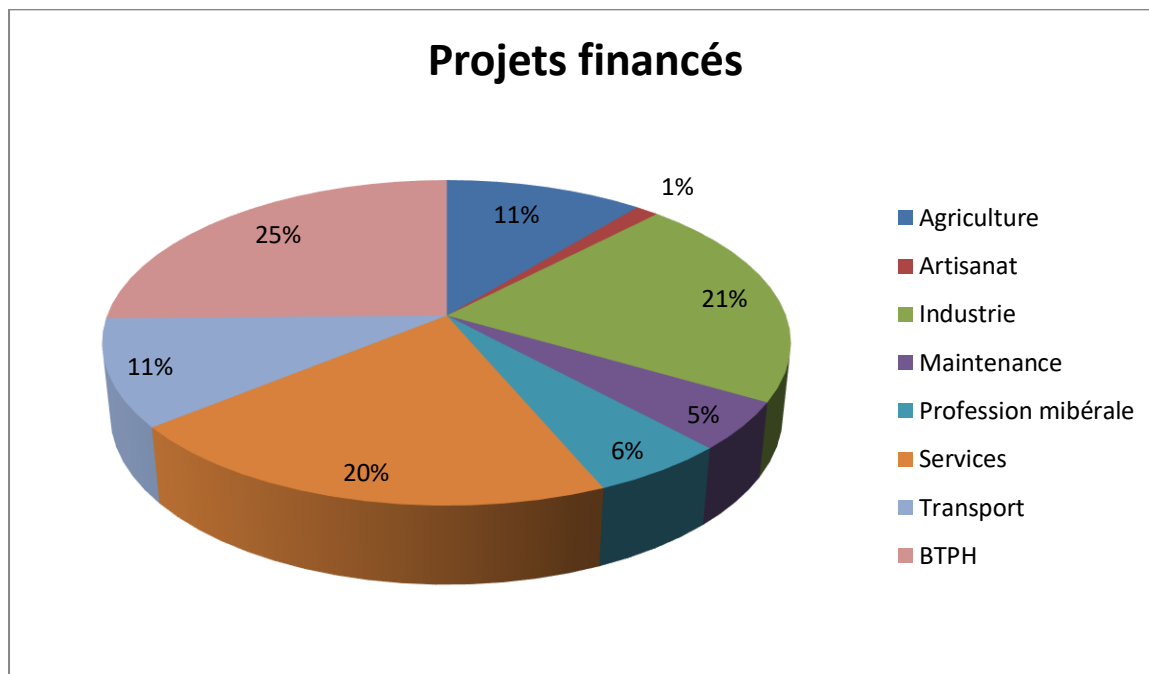
Secteur	Projets financés	Emplois créés
Agriculture et pêche	2174	4327
Artisanat	255	507
Industrie	4209	9196
Maintenance	942	2061
Profession libérale	1096	2343
Services	4074	8005
Transports	2110	3198
BTPH	5027	11461
Total	19890	41098

Source : Etablie à partir des données statistiques de l'ANADE

Il est bien de relever que le secteur des BTPH est le plus financé par ce dispositif.

CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

Figure 15: Répartition des projets financés par secteur d'activité dans le cadre du dispositif ANADE (situation arrêtée au 31/12/2021)

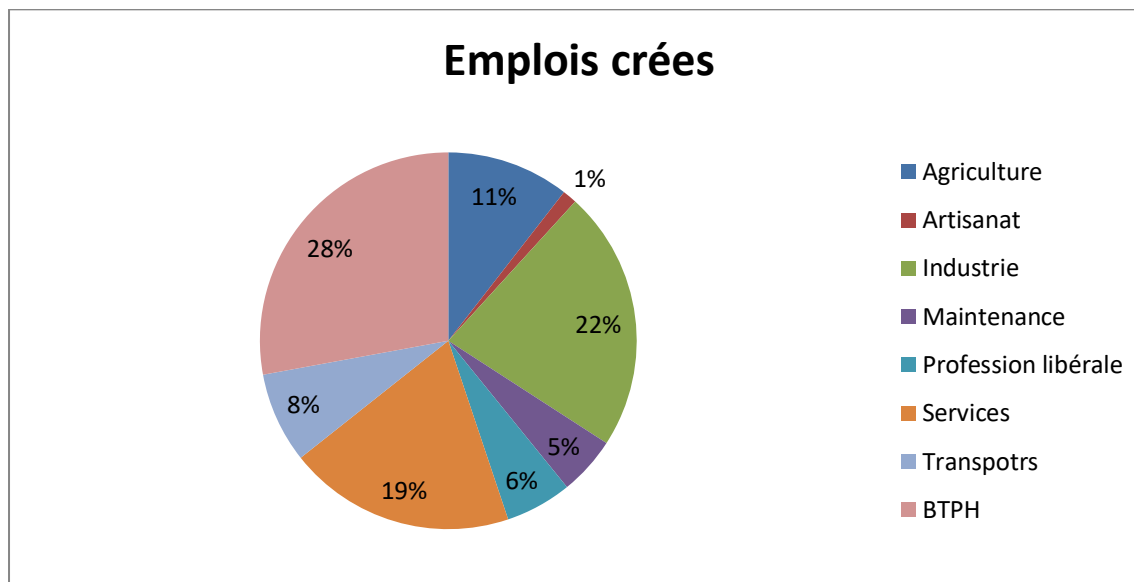


Source : Etablie à partir des données du tableau n°17

Il ressort clairement que le secteur des BTPH, industrie et services détiennent le plus grand nombre de projets financés avec un taux de 25%, 21% et 20% respectivement, suivi par le secteur agriculture et transport avec un taux de 11% chacun, et en fin 6%, 5% et 1% respectivement pour les secteurs profession libérale, maintenance et artisanat.

CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

Figure 16: Répartition du nombre d'emplois créés par secteur d'activité dans le cadre de l'ANADE (situation arrêtée au 31/12/2021)



Source : Etablie à partir des données du tableau n°17

Comme le montre la figure ci-dessus, le secteur de BTPH est celui qui crée le plus d'emploi dans la Wilaya de Tizi-Ouzou (11461 poste d'emplois, soit 28%), suivi par le secteur d'industrie avec 22% et services avec 19%. Il y a une forte corrélation entre le nombre d'entreprise créées par secteur d'activité et le nombre d'emplois correspond.

Tableau 18: Répartition des projets financés par secteur et par genre dans le cadre du dispositif ANADE (situation arrêtée au 31/12/2021)

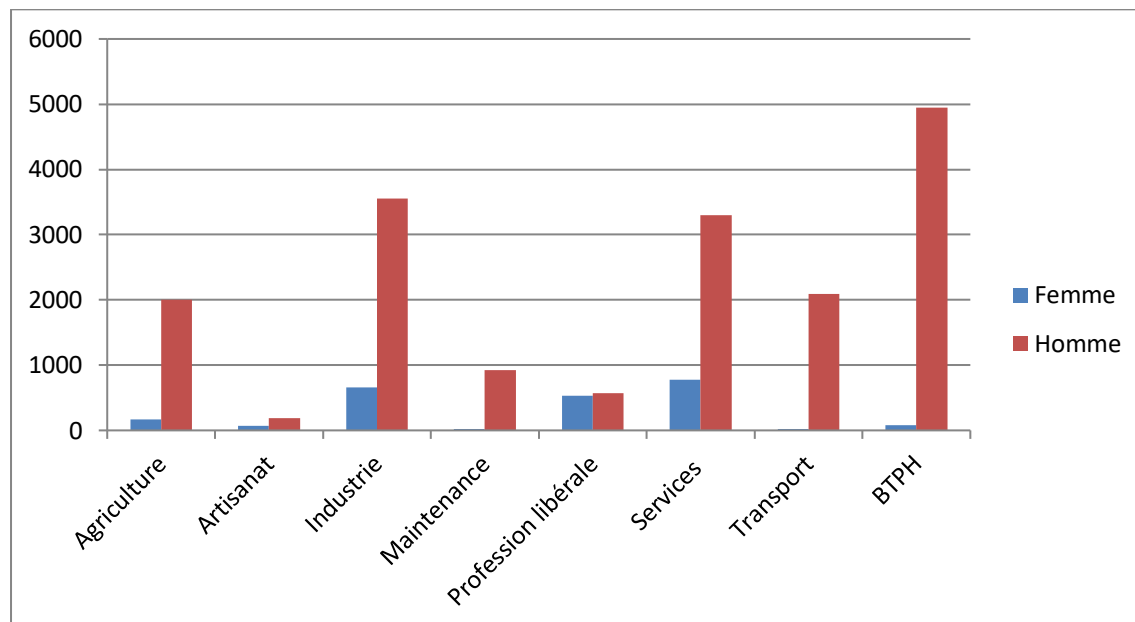
Désignation	Femme	Homme	Total
Agriculture et pêche	171	2003	2174
Artisanat	66	189	255
Industrie	656	3553	4209
Maintenance	17	928	945
Profession libérale	528	568	1096
Services	780	3294	4074
Transport	23	2087	2110
BTPH	79	4948	5027
Total	2320	17570	19890

Source : Etablie à partir des données statistique de l'ANADE

Comme le montre clairement le tableau ci dessus, l'entrepreneuriat masculin dans la Wilaya de Tizi-Ouzou est dominant.

CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

Figure 17: Répartition des projets financés par secteur et par genre dans le cadre du dispositif ANADE (situation arrêtée au 31/12/2021)



Source : Etablie à partir des données du tableau n°18

Le dispositif attire plus les hommes que les femmes, en termes des projets financés dans l'ensemble des secteurs. Par contre la présence des femmes dans ce dispositif est faible.

Tableau 19 : Répartition du nombre d'emplois créés par secteur d'activité et par genre dans le cadre du dispositif ANADE (situation arrêtés au 31/12/2021)

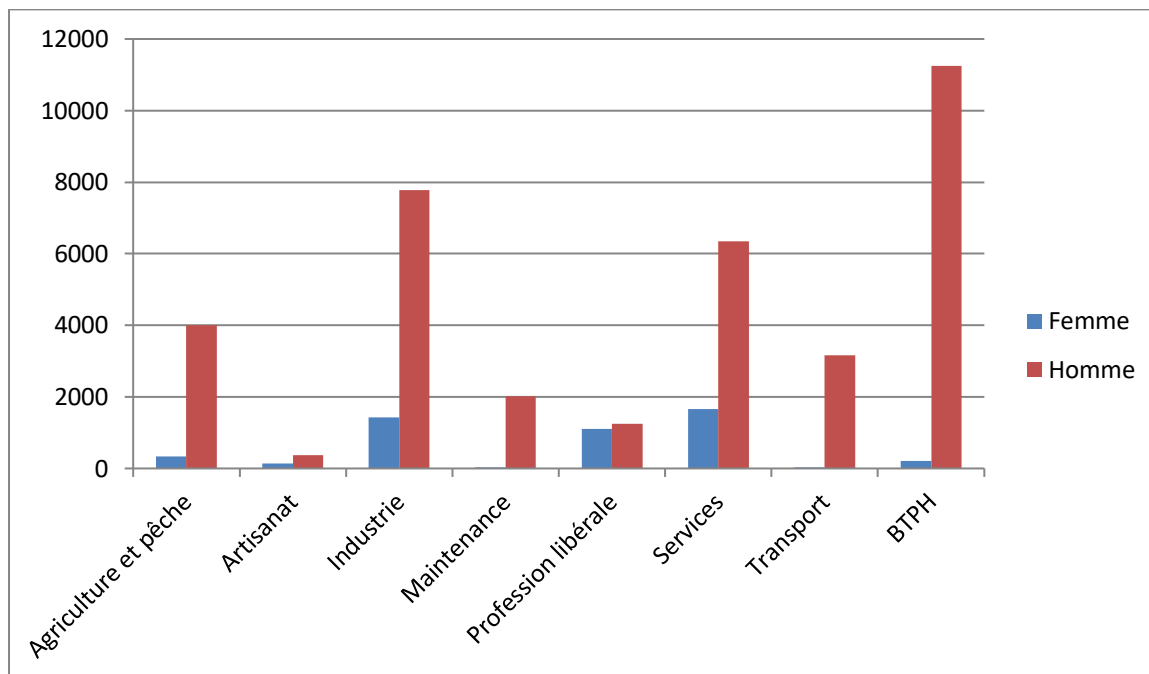
Désignation	Femme	Homme	Total
Agriculture et pêche	330	3997	4327
Artisanat	133	374	507
Industrie	1426	7770	9196
Maintenance	35	2026	2061
Profession libérale	1104	1239	2343
Services	1652	6353	8005
Transport	34	3164	3198
BTPH	214	11247	11461
Total	4928	36170	41098

Source : Etablie à partir des données statistiques de l'ANADE ex ANSEJ

Le tableau ci-dessus, présent le nombre d'emploi crée par le dispositif ANSEJ réparti par genre, durant la période 1998-2021.

CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

Figure n°18 : Répartition du nombre d'emplois créés par secteur et par genre dans le cadre du dispositif ANADE (Situation arrêtée au 31/12/2021)



Source : Etablie à partir des données du tableau n°19

La figure ci dessous, illustre que l'entrepreneuriat masculin dans la Wilaya de Tizi-Ouzou est dominant, en terme de création d'emplois dans l'ensemble des secteurs.

CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

Tableau 20: Evolution du nombre d'entreprise crée et d'emplois générés dans le cadre du dispositif ANADE 1998-2021

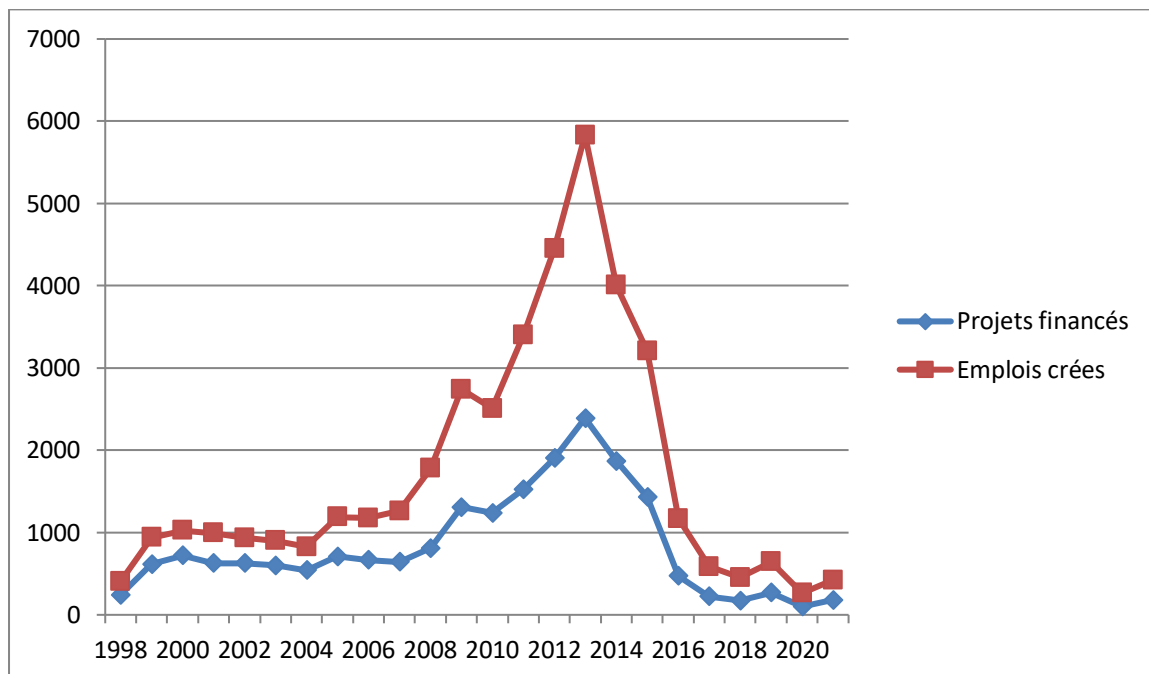
Désignation	Projets financés	Emplois créés
1998	242	406
1999	617	938
2000	722	1026
2001	629	992
2002	628	934
2003	600	901
2004	541	824
2005	708	1189
2006	667	1176
2007	642	1260
2008	810	1780
2009	1308	2740
2010	1239	2506
2011	1526	3404
2012	1902	4448
2013	2391	5832
2014	1868	4004
2015	1434	3206
2016	472	1168
2017	223	585
2018	173	452
2019	268	644
2020	100	264
2021	180	421
TOTAL	19890	41098

Source : Etablie à partir des données statistique de l'ANADE

Les données de tableau ci-dessus sont illustrées dans la figure ci-dessous.

CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

Figure 19: Evolution du nombre d'entreprises créées et d'emplois générés dans le cadre du dispositif ANADE 1998-2021



Source : Etablie à partir des données du tableau n°20

D'après les données de la figure ci-dessous, nous constatons que durant 2013/2014, l'ANADE a enregistré la période la plus créatrice d'emplois et d'entreprise, cela revient aux avantages financiers et fiscaux accordés par le dispositif ce qui encourage des nouveaux investissements productifs. Mais à partir de 2015, une tendance à la baisse des projets financés et d'emplois créés.

CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

Section 3 : Cadre méthodologique de l'enquête

3.1. Le contexte du déroulement de l'enquête

Nous allons présenter la démarche d'enquête mobilisée dans le but de répondre à notre problématique de recherche. Cependant, dans ce qui suit nous, allons nous pencher dans un premier temps sur type d'étude, ensuite le processus de collecte et de traitement des données tout en exposant notre contexte d'enquête ainsi que les difficultés rencontrées.

3.1.1. Le type d'étude

L'objectif de notre étude est de faire une analyse comparative entre deux dispositifs de création d'entreprise en Algérie, à savoir l'ANADE et la CNAC. Notre étude a une double portée, d'abord descriptive, car elle vise à présenter les facteurs stimulants la dynamique entrepreneuriale. Ensuite explicative, car elle vise à expliquer le poids des avantages offerts par les dispositifs, précédemment cités, dans la stimulation entrepreneuriale.

Nous avons opté pour une approche quantitative, ce choix est motivé par la nature de notre terrain de recherche et les contraintes de temps et l'accès à l'information.

3.1.2. Le choix de la méthode d'échantillonnage

Les études quantitatives ont pour objectif de mesurer et de quantifier un phénomène bien déterminé. Elle s'appuie sur la méthode de sondage, dont la mise en œuvre nécessite le choix d'un échantillon d'entreprise. Il existe globalement deux grandes méthodes d'échantillonnages, à savoir : les méthodes aléatoires et les méthodes non aléatoires.

- a. Les méthodes d'échantillonnage aléatoires** : il s'agit de s'appuyer sur un tirage aléatoire simple, stratifié en grappe, pour déterminer son échantillon. Ce type de méthode présente l'avantage de constituer des échantillons représentatifs, mais aussi l'inconvénient de la difficulté de disposer d'une base de sondage indispensable à l'utilisation de cette méthode.
- b. Les méthodes d'échantillonnage non aléatoires** : elles consistent à déterminer un échantillon par choix raisonné, en d'autres termes, le choix de la population à étudier se fera en fonction des besoins de l'étude. Malgré une représentativité limitée, cette méthode permet une facilité de constituer un échantillon même dans les cas d'indisponibilité de l'information.

CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

Vu les objectifs de notre travail de recherche, ainsi que le contexte de notre étude, notamment en matière de quasi-indisponibilité de l'information, nous avons opté pour un échantillonnage raisonné. Cependant, nous avons constitué un échantillon de 22 propriétaires d'entreprises, dont 11 créés dans les cadres ANADE et les 11 autres dans le cadre de la CNAC.

3.1.3. Collecte de données

La collecte de données peut se faire par le biais de différents instruments tels que les entretiens, les questionnaires, l'observation, et ce, en fonction de l'approche utilisée (quantitative ou qualitative). Dans le cadre de notre recherche et vue la nature causale de notre problématique, nous avons opté pour un questionnaire que nous avons élaboré sur la base de notre revue de littérature.

Notre questionnaire comporte douze (12) questions, subdivisé en deux parties : une partie aborde les aspects qualitatifs des répondants et une seconde partie évoque les facteurs de stimulation entrepreneuriale.

Il existe de multiples types d'administration pour les enquêtes par questionnaires tel que ; la voie postale, le face à face, le téléphone, la voie électronique. En ce qui concerne notre recherche, et vue la taille de notre échantillon et vu les contraintes de temps nous avons opté une approche hybride, des questionnaires que nous avons administré en face à face et d'autres que nous avons administré par internet, auprès d'un échantillon de propriétaires des entreprises créés dans les cadres ANADE et CNAC.

3.1.4. Traitement des données

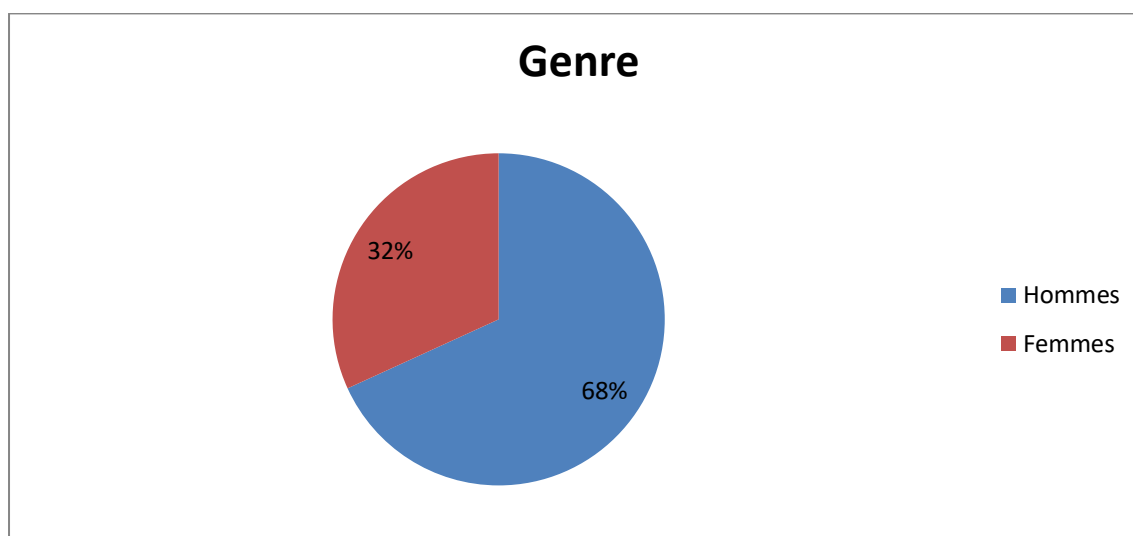
Après la collecte et l'organisation des données recueillies sur le terrain, nous avons procédé à leur traitement. Nous avons opté pour un traitement à plat.

CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

3.2. Présentation de l'échantillon

Notre étude a porté sur un échantillon d'entreprise, dont les caractéristiques se présentent comme suit :

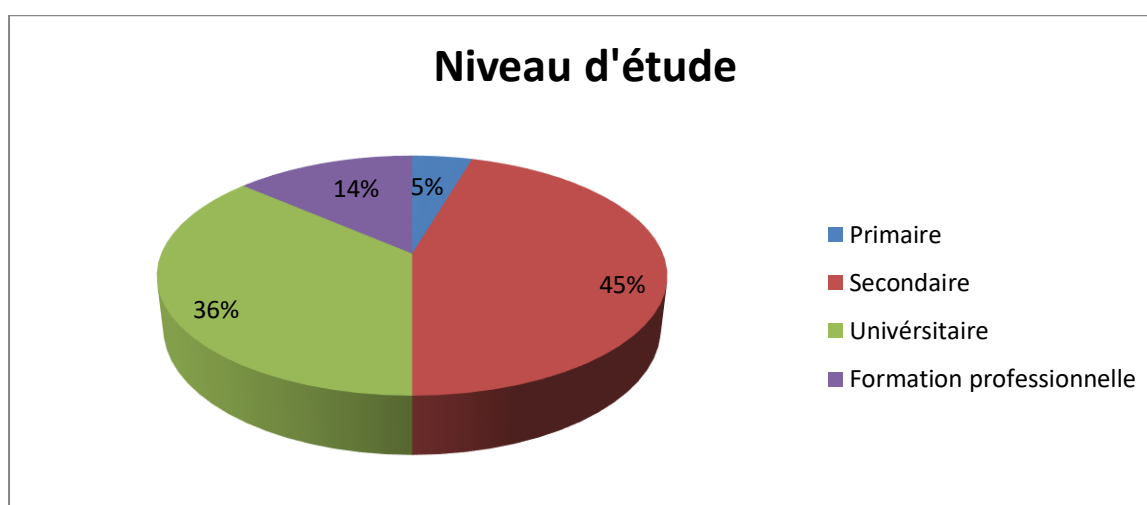
Figure 20 : Répartition des répondants par genre



Source : Etablie à partir des données de l'enquête voir annexe n°5

Selon les résultats de notre enquête, les hommes représentent une part très importante, au sein de la catégorie entrepreneur, En effet, sur 20 entrepreneurs enquêtés, 15 sont des entrepreneurs hommes, soit 68% de la population enquêtée, la part des femmes entrepreneuses et moins importante que celle des hommes, elle représente que 32% de la population enquêtée.

Figure 21 : Répartition des répondants par niveau d'étude

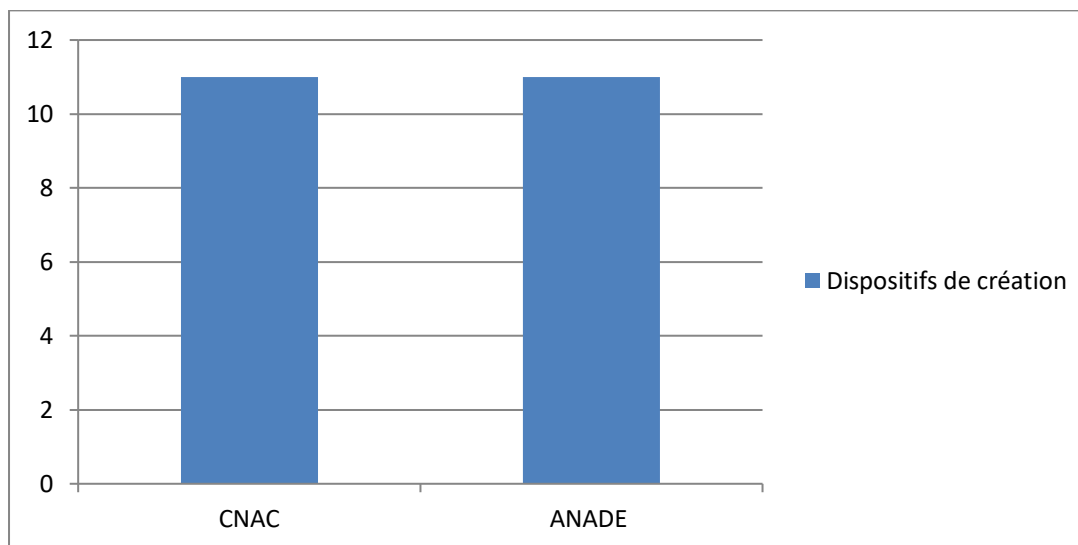


Source : Etablie à partir des données de l'enquête voir annexe n°5

CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

45% de l'ensemble des entrepreneurs enquêtés ont un niveau d'étude secondaire, et 36% ont un niveau d'étude universitaire et 14% avec des formations professionnelles. Nous constatons d'après ces résultats que la plupart des entrepreneurs ont un niveau d'instruction secondaire et universitaire, cette situation peut être s'expliquer principalement par le chômage au bien la plupart des jeunes entrepreneurs préfèrent de créer leur propre emploi.

Figure 22: Répartition des répondants par dispositif de création

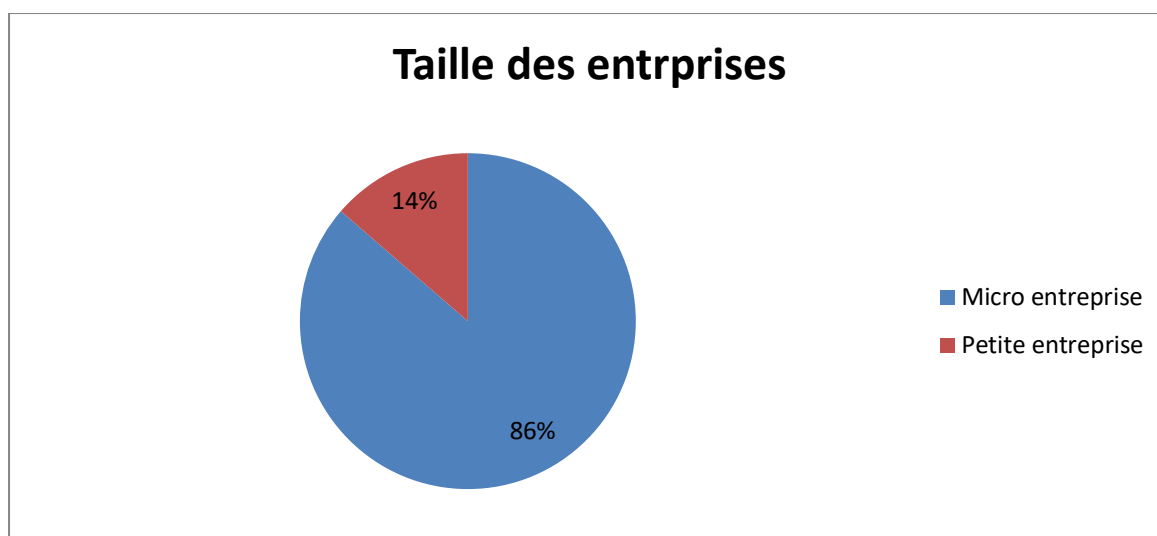


Source : Etablie à partir des données de l'enquête voir annexe n°5

Selon le dispositif de création, notre échantillon est composé de 22 personnes, dont 11 personnes ont créés leur entreprises dans le cadre du dispositif ANADE et 11 autres dans le cadre du dispositif CNAC.

CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

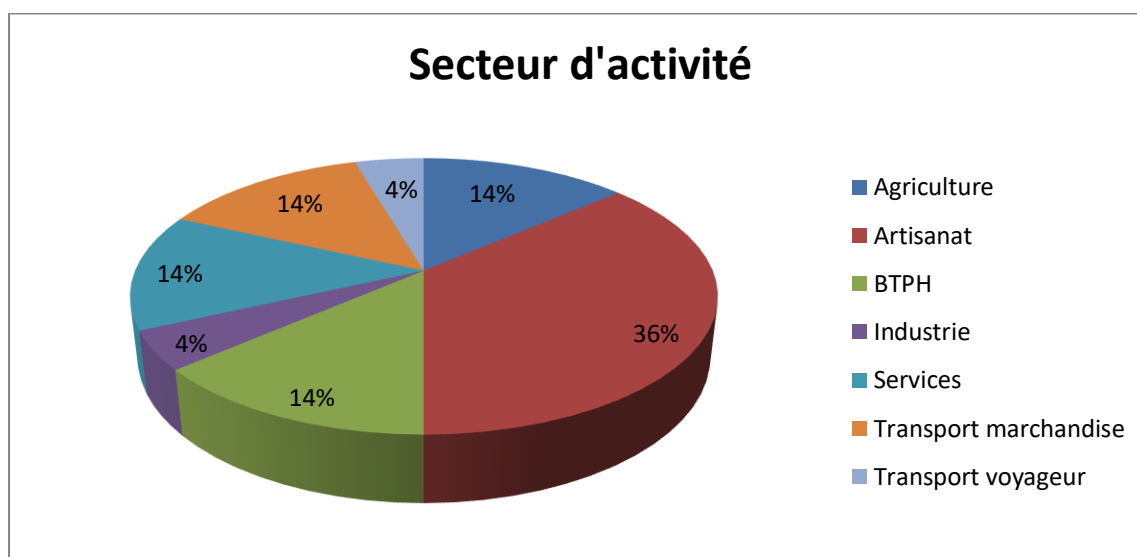
Figure 23 : Répartition des répondants par taille des entreprises (Effectif)



Source : Etablie à partir des données de l'enquête voir annexe n°

D'après les résultats de notre enquête, nous pouvons déduire que les dispositifs ANADE et CNAC ont été utilisés comme moyen de création de micro-entreprise dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

Figure 24 : Répartition des entreprises créées par secteur d'activité



Source : Etablie à partir des données de l'enquête voir annexe n°5

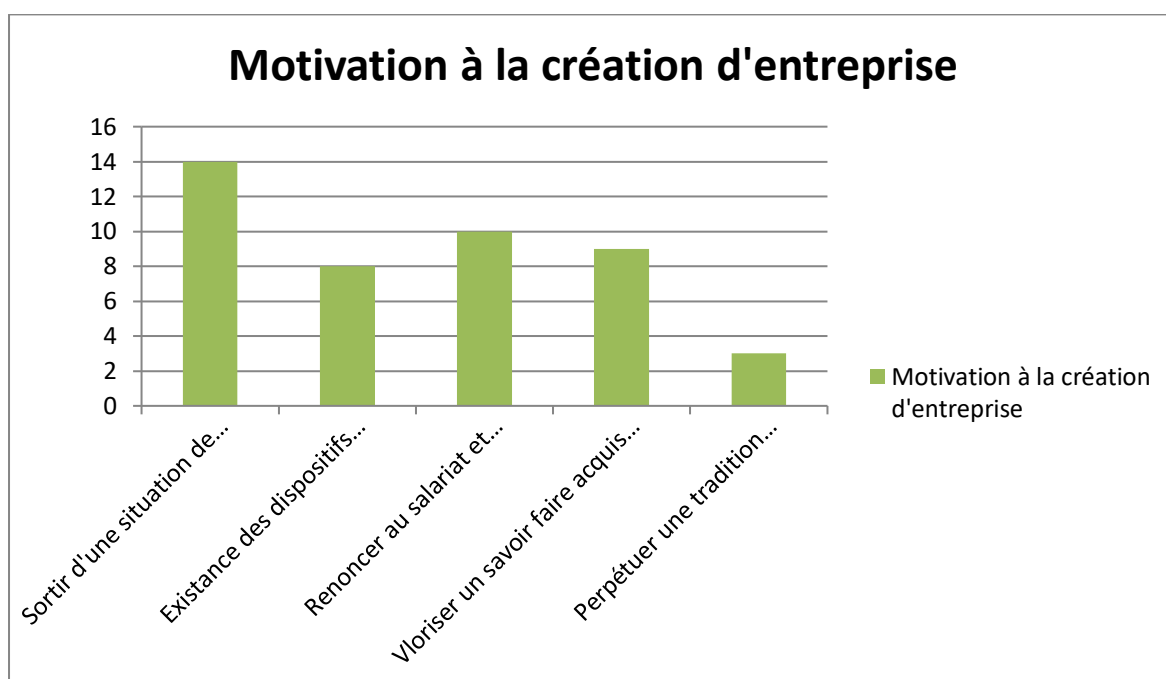
A la lecture de la figure n°24, nous constatons que la plus grande proportion des jeunes entrepreneurs, ont créés leur entreprises dans le secteur artisanat avec un taux de 36%, suivie par l'agriculture, BTPH, services, transport marchandise avec un taux de 14% chacun.

CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

Section 4 : Présentation des résultats de l'enquête et discussion

L'objectif de notre enquête était de comprendre le rôle des dispositifs d'aide à création d'entreprise dans la stimulation entrepreneuriale. Dans cette section, nous nous étalerons sur les principaux résultats de notre travail empirique. Cependant, les résultats obtenus nous permettront de comprendre dans quelles mesures les dispositifs ANADE et CNAC interviennent-ils dans la stimulation entrepreneuriale.

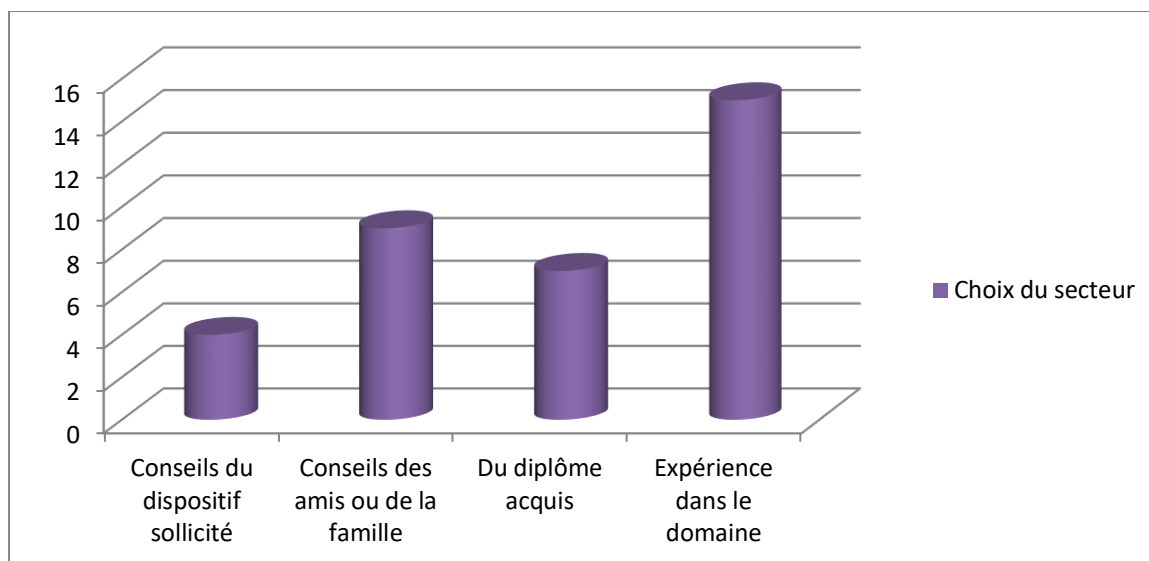
4.1. Motivation à la création d'entreprise



Source : Etablie à partir des données de l'enquête

CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

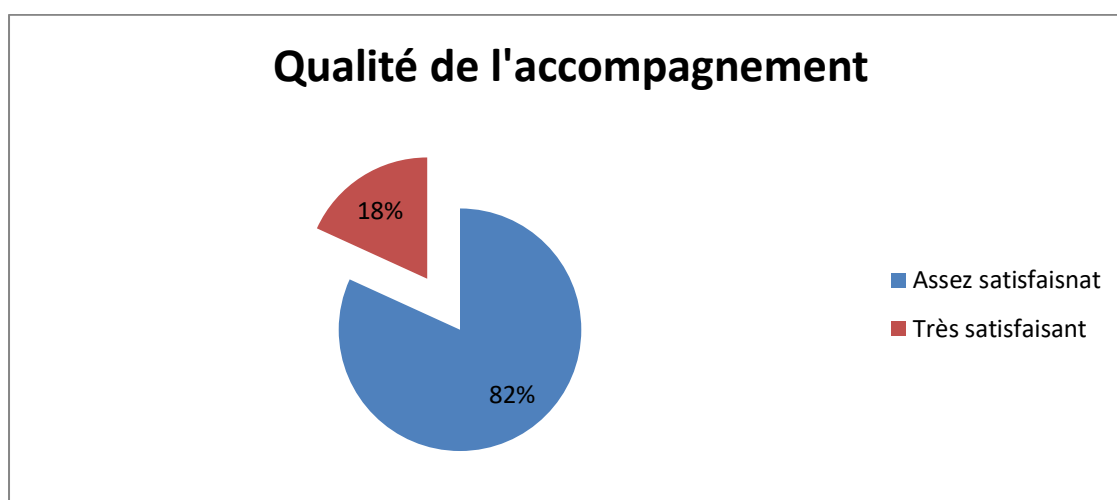
4.2. Les déterminants du choix du secteur d'activité



Source : Etablie à partir des données de l'enquête

D'après les résultats de notre enquête, nous constatons que certaines personnes questionnées avaient choisi leur activité en fonction de plusieurs facteurs, la réponse la plus fréquentée à été le choix en fonction de leur expérience dans le domaine (15 personnes), en deuxième position c'est en fonction des conseils de leurs amis ou famille (8 personnes). En troisième lieu du diplôme acquis (6 personnes). Enfin 3 personnes seulement ayant des conseils du dispositif sollicité, donc ce dernier n'a joué aucun rôle dans le choix du secteur d'activité.

4.3. La perception des créateurs d'entreprise sur la qualité de l'accompagnement des dispositifs ANADE et CNAC

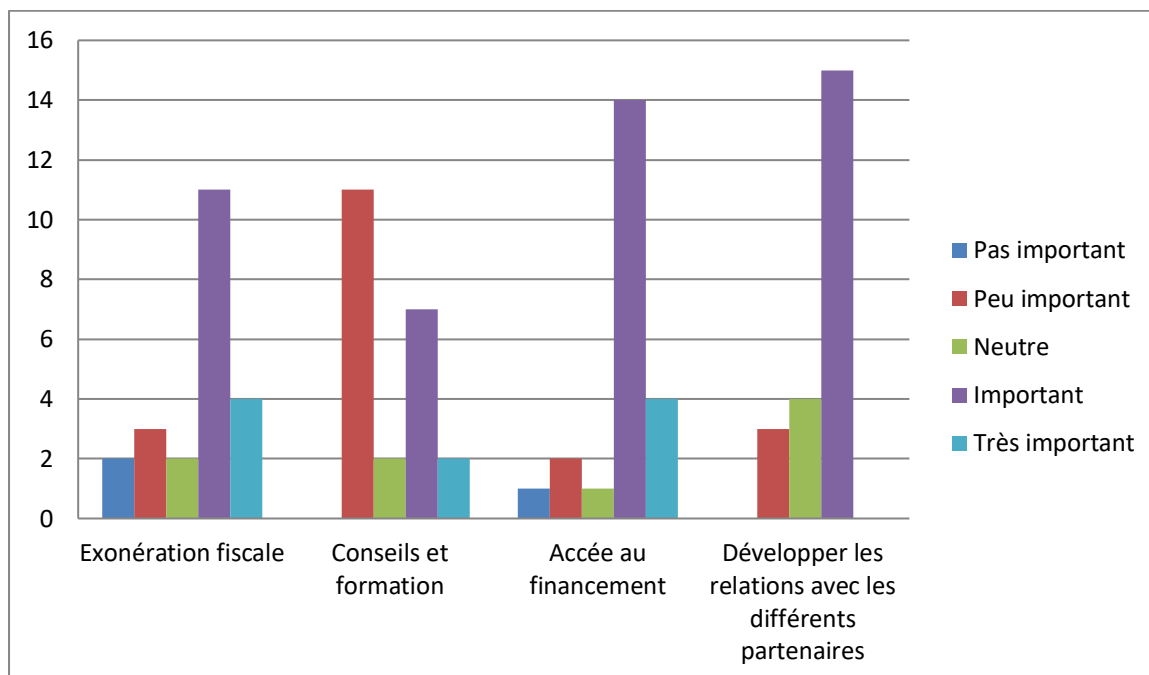


Source : Etablie à partir des données de l'enquête

CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

Le graphe ci dessus, montre que l'aide et l'assistance présentée par les dispositifs ANADE et CNAC sont peu satisfaisantes pour 82% des entrepreneurs, contre 18% qui pensent que cette assistance est très satisfaisante.

4.4.Perception des créateurs d'entreprise sur l'importance des avantages



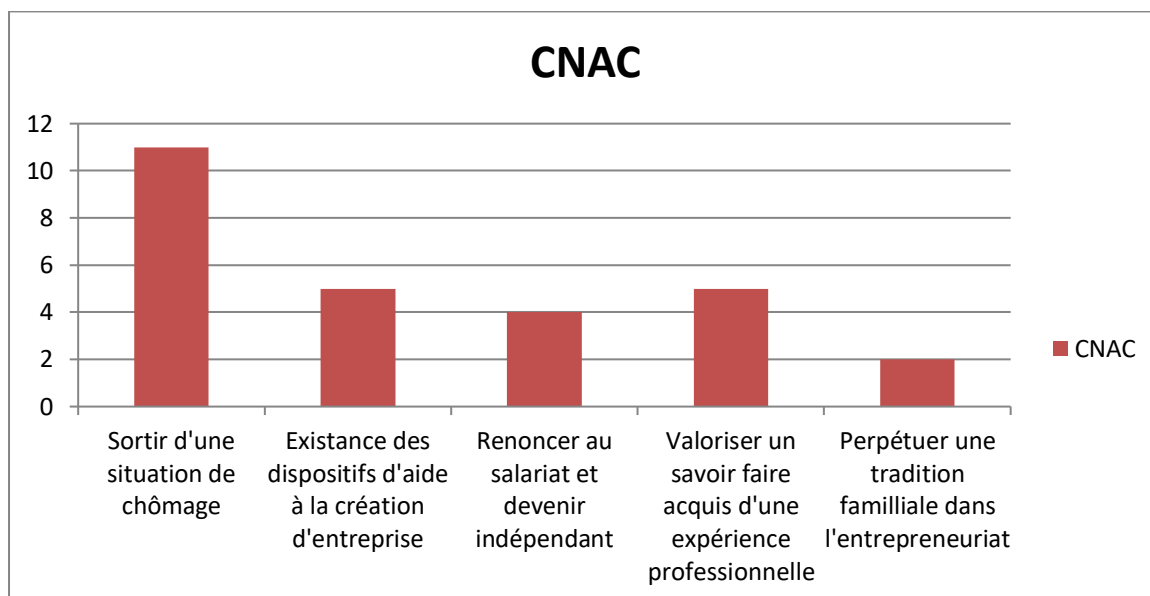
Source : Etablie à partir des résultats de l'enquête

D'après les résultats de notre enquête, pour la perception des entrepreneurs sur l'importance des avantages accordés par les dispositifs ANADE et CNAC, nous constatons que l'accès au financement est l'avantage le plus important, suivie de celui du développement des relations avec les différents partenaires du dispositif.

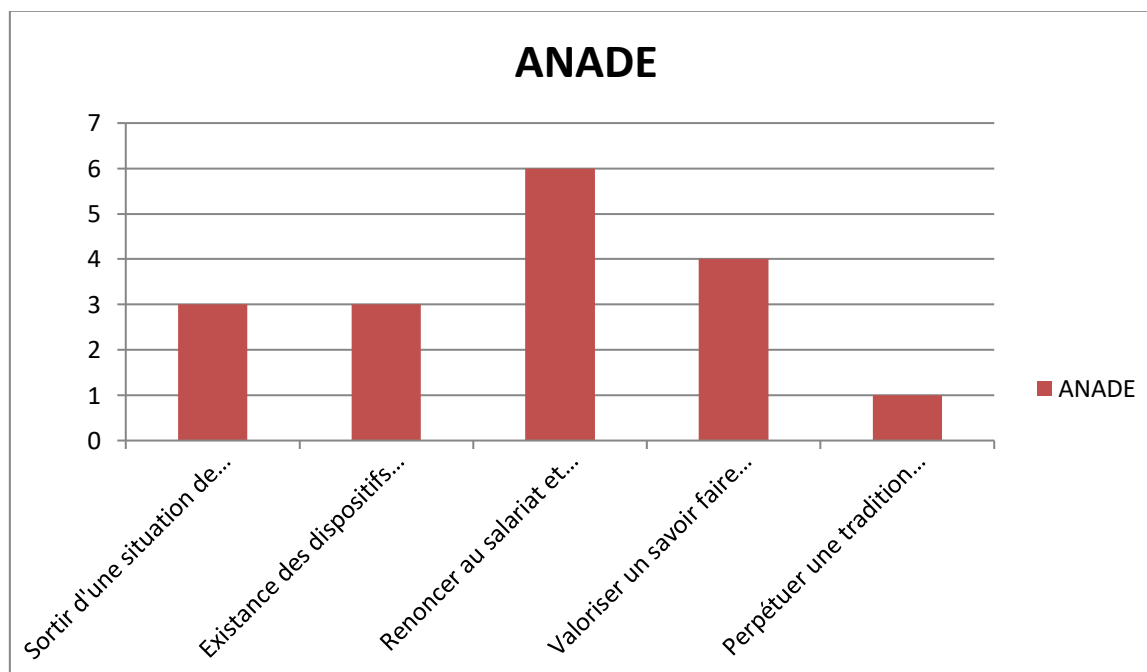
CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

4.5. Analyse comparative entre les dispositifs de stimulation entrepreneuriale CNAC et ANADE

4.5.1. Motivation à la création d'entreprise



Source : Etablie à partir des résultats de l'enquête



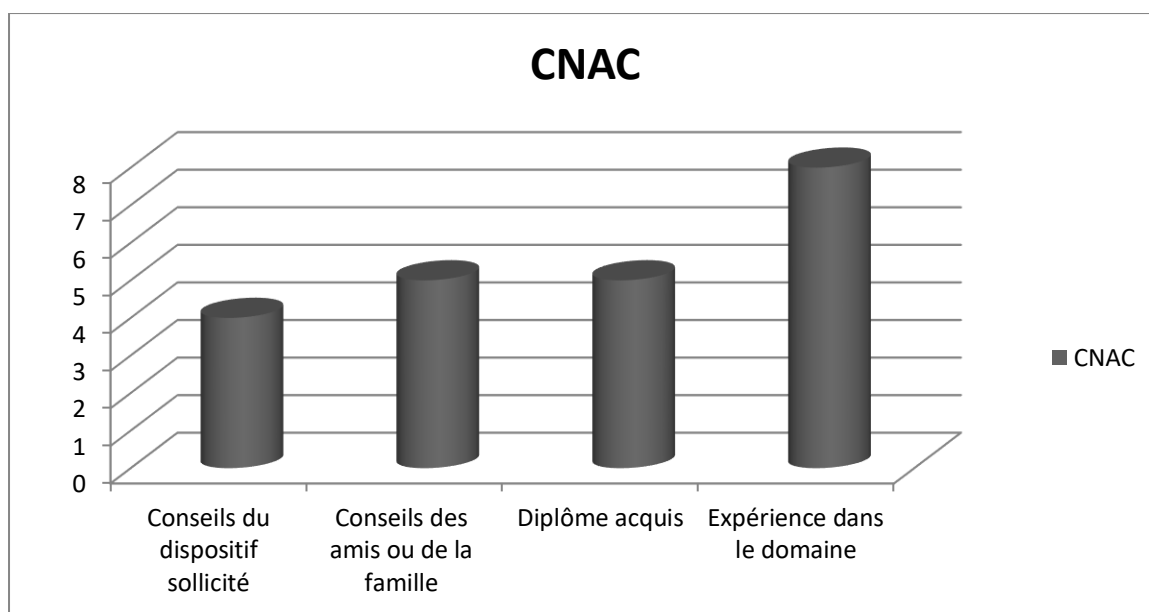
Source : Etablie à partir des résultats de l'enquête

Selon les résultats de notre enquête, l'entrepreneur cherche à sortir d'une situation de chômage dans le cadre du dispositif CNAC. L'entrepreneur est généralement doté d'un fort

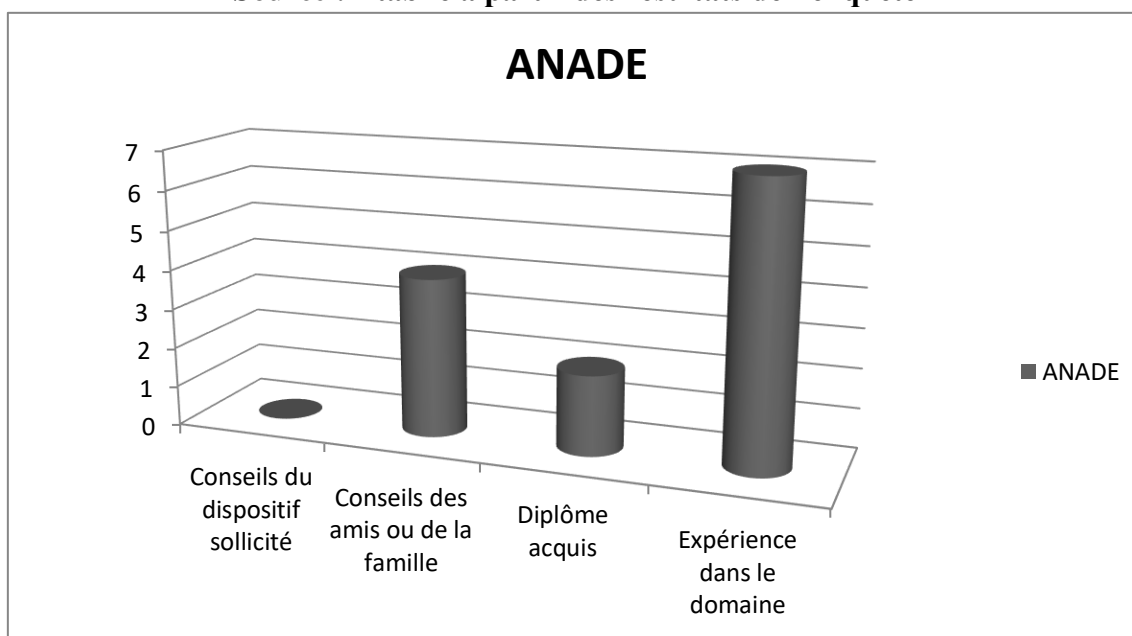
CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

sentiment d'indépendance et d'autonomie et un besoin d'être son propre chef, pour réaliser ses rêves et ambitions. Chose qui se confirme d'après les résultats de notre enquête au niveau du dispositif ANADE, il cherche à renoncer au salariat et devenir indépendant dans le but d'assurer son propre emploi.

4.5.2. Les déterminants du choix du secteur d'activité



Source : Etablie à partir des résultats de l'enquête

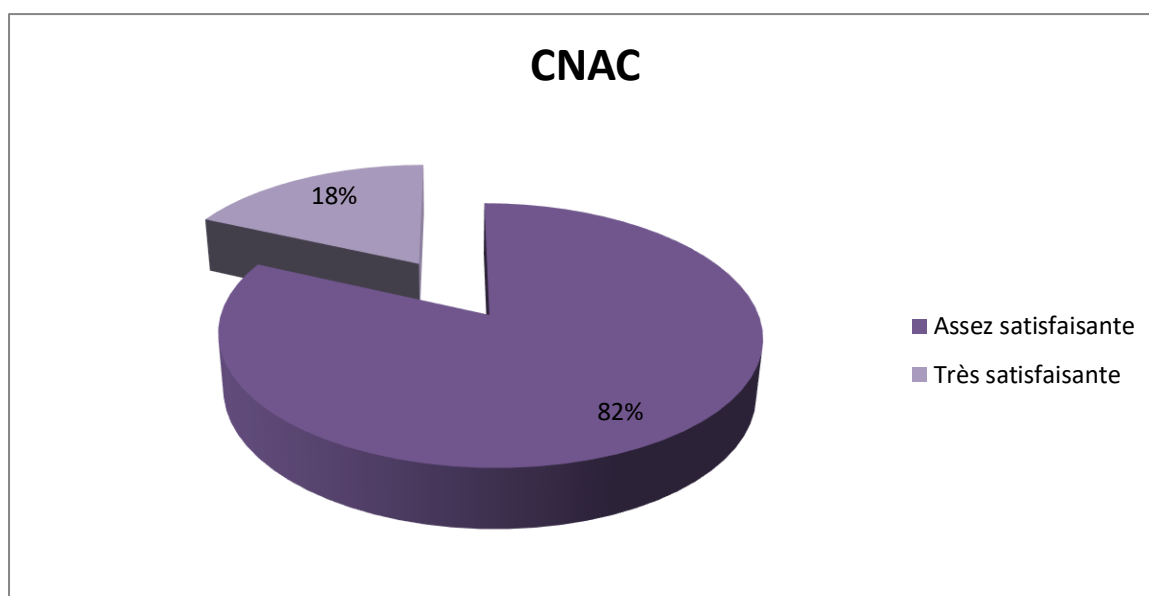


Source : Etablie à partir des résultats de l'enquête

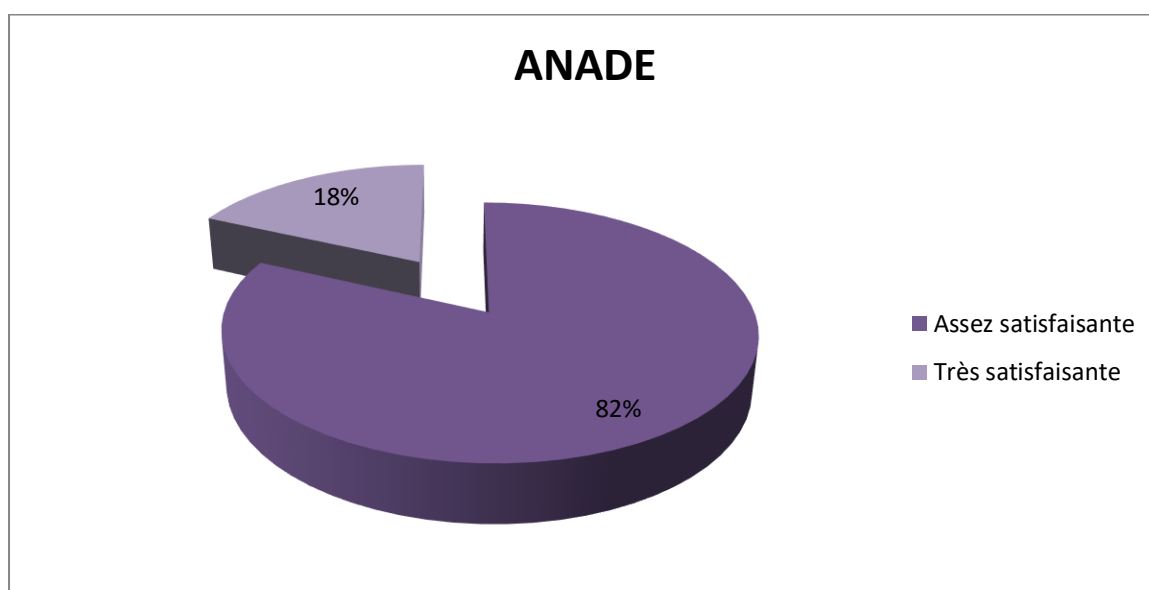
CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

Pour les entrepreneurs enquêtés, il ya plusieurs raisons qui les amènent à prendre leurs décisions en termes de choix du secteur. Nous constatons que l'expérience dans le domaine est le plus apparent dans le cadre des deux dispositifs, suivi du conseil des amis ou de la famille, puis du diplôme acquis et en dernier lieu les conseils du dispositif sollicité est quand même important pour l'entrepreneur au niveau de la CNAC, tandis que ce dernier n'a joué aucun rôle dans le choix du secteur d'activité dans le cadre du dispositif ANADE.

4.5.3. La perception des créateurs d'entreprise sur la qualité de l'accompagnement des dispositifs CNAC et ANADE



Source : Etablie à partir des résultats de l'enquête

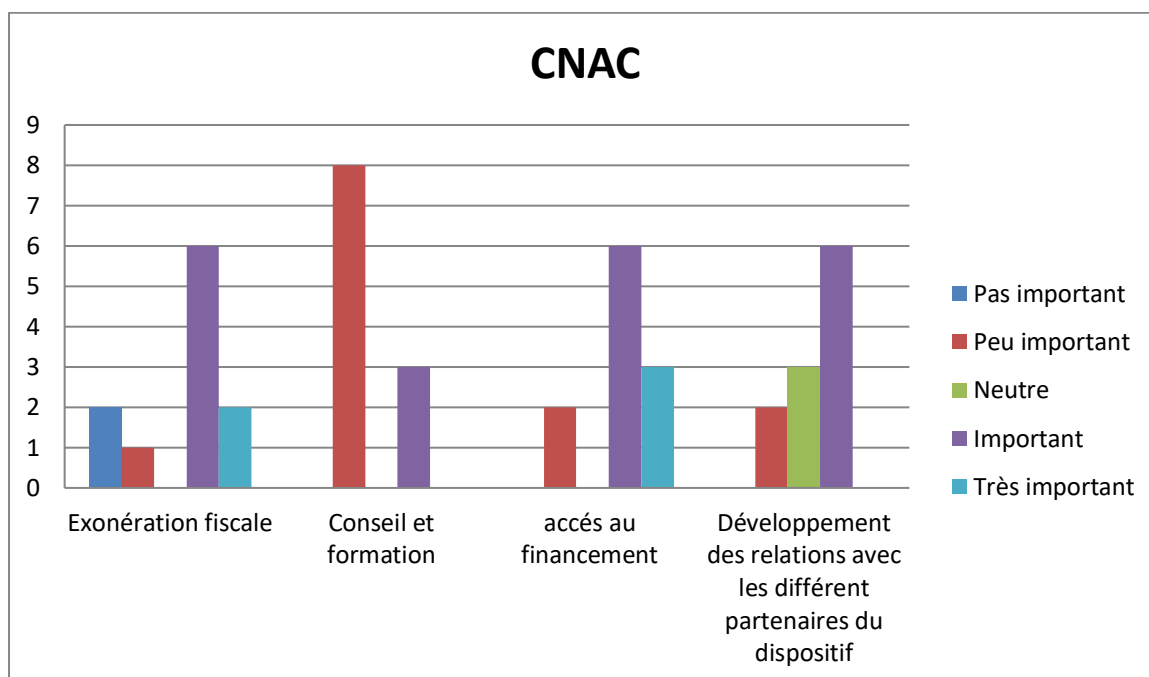


Source : Etablie à partir des résultats de l'enquête

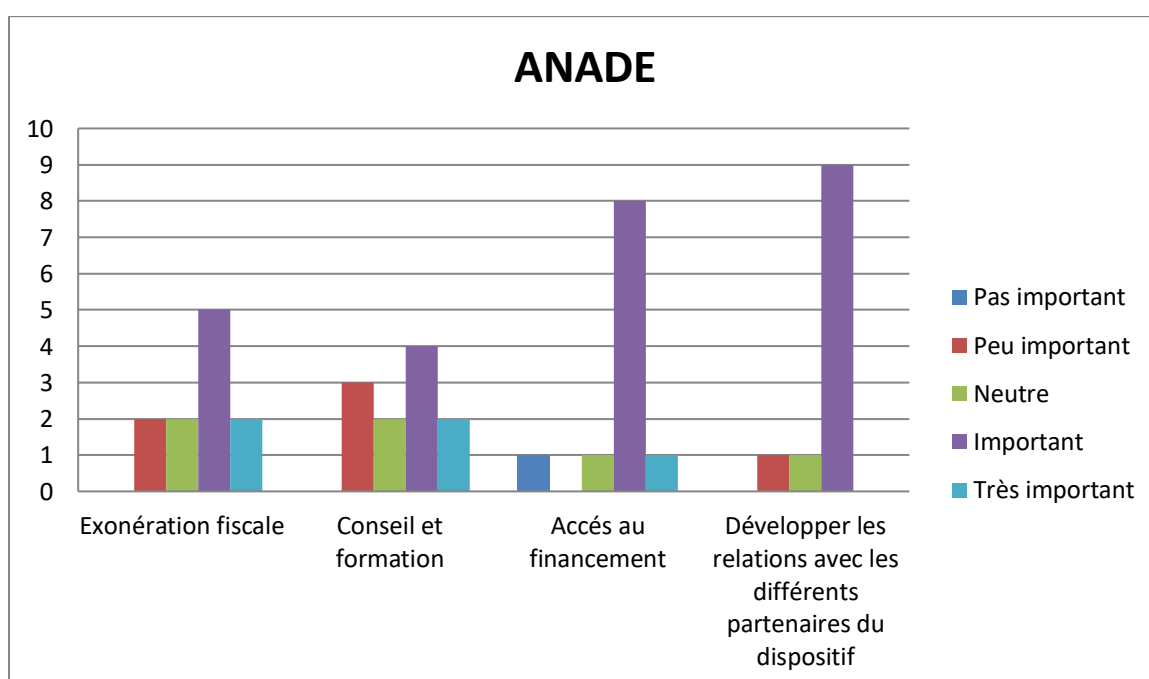
CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

D'après les entrepreneurs enquêtés, on constate que l'aide et l'assistance présentée par les dispositifs ANADE et CNAC sont peu satisfaisantes pour 82% des entrepreneurs, contre 18% qui pensent que cette assistance est très satisfaisante.

4.5.4. Perception des créateurs d'entreprise sur l'importance des avantages



Source : Etablie à partir des résultats de l'enquête



Source : Etablie à partir des résultats de l'enquête

CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

A la lumière des résultats obtenus, nous constatons que la perception de l'importance des avantages recherchés par les entrepreneurs n'est pas contrastée en fonction des dispositifs. En effet, dans le cas de l'ANDE, les créateurs d'entreprise cherchent plutôt l'accès au financement et le développement des relations avec les organismes partenaires, tels que la CNAS, l'administration fiscale, les banques, le CNRC. En ce qui concerne la CNAC, les résultats montrent qu'en plus de l'accès au financement qui reste important, l'exonération fiscale est perçue comme un avantage important, par contre l'accès à des formations n'est pas perçu comme étant important.

Les avantages présentés par les deux dispositifs stimulent la création d'entreprise. L'accès au financement est recherché dans les deux dispositifs, cela est dû aux caractéristiques socio-économiques de la population qui sollicite ces dispositifs, la majorité des créateurs d'entreprise dans ces cas étaient dans des situations de chômage ou de conversion professionnelles. Pour ce qui est de l'accès aux formations et aux conseils, les créateurs dans le cadre de la CNAC ne le considèrent pas important, car cette catégorie de promoteur, ont déjà accumulés de longues expériences professionnelles dans leur domaine de création d'entreprise.

Pour ce qui est du développement des relations avec les organismes partenaires tels que CNAS, CNRC, banques... les souscripteurs ANADE le perçoivent comme un avantage important, cela peut aussi s'expliquer par le profil des créateurs, une population jeune sans expérience, donc qui a une perception négative des organismes partenaires et une crainte de buter sur des lourdeurs administratives et bureaucratiques.

CHAPITRE 3 : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ANADE et CNAC (Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)

Conclusion du chapitre

La recherche que nous avons réalisée avait pour objectif de faire une analyse comparative entre deux dispositifs de création d'entreprise en Algérie, à savoir l'ANADE et la CNAC, en matière de stimulation entrepreneuriale et d'expliquer le poids des avantages offerts par ces dispositifs.

A travers les résultats de notre enquête, nous constatons que la perception de l'importance des avantages recherchés par les entrepreneurs n'est pas contrastée en fonction des dispositifs. Les avantages présentés par les deux dispositifs stimulent la création d'entreprise.

Nous remarquons que l'avantage d'accès au financement est recherché dans les deux dispositifs, cela est dû aux caractéristique socio-économiques de la population qui sollicite ces dispositifs, la majorité des créateurs d'entreprise dans ces cas étaient dans des situations de chômages ou de conversion professionnelles.

Conclusion générale

CONCLUSION GENERALE

L'objectif de notre travail de recherche, était de mettre en évidence les facteurs de stimulation entrepreneuriale dans une approche comparative entre deux dispositifs d'aide à la création d'entreprise. Pour cela, nous avons opté pour une démarche déductive.

Dans un premier chapitre, nous avons évoqué les fondements théoriques de l'entrepreneuriat, nous avons conclu dans ce chapitre que l'entrepreneuriat est un concept complexe dont les fondements remontent aux précurseurs de la pensée économique. Nous avons aussi conclu que le processus entrepreneurial se décompose en plusieurs étapes qu'il est nécessaire de maîtriser afin de parvenir à une création d'entreprise. Nous avons aussi retenus que la stimulation entrepreneuriale pouvait intervenir à chaque étape de ce processus évoqué précédemment. Il est important de noter que la stimulation entrepreneuriale est une démarche volontariste de l'Etat. Ce dernier opte souvent pour la création des dispositifs d'accompagnement et par conséquent de stimulation entrepreneuriale.

Dans le cas de l'Algérie, la politique volontariste de stimulation entrepreneuriale s'est traduite par la création d'un ensemble de dispositifs en l'occurrence : ANADE, ANGEM, CNAC, ANDI.

Dans le deuxième chapitre, nous avons évoqué les dispositifs cités précédemment, nous nous sommes intéressés aux spécificités de chacun des dispositifs existant et nous avons mis en avant les mécanismes de stimulation propre aux dispositifs étudiés, nous avons conclu que les mécanismes d'incitation utilisés s'articulent autour de quatre volets, et qui se présentent comme suit :

- L'accès au financement : il consiste à faciliter aux jeunes promoteurs l'accès au financement bancaire par la mise en place d'un fond de garantie et l'utilisation de la formule de financement triangulaire.
- Les exonérations fiscales : il s'agit d'exonération partielle ou complète sur différents types d'impôts et taxes sur des périodes pouvant aller jusqu'à 5ans dans des zones dites à promouvoir.
- La formation et le conseil : les organismes d'accompagnements proposent des programmes de formation accès principalement sur les techniques de gestion, de management et de commercialisation.
- Développement des relations avec les partenaires : les jeunes promoteurs sont souvent accompagnés dans leurs différentes démarches administratives notamment dans la phase de création.

Les données statistiques que nous avons pu avoir auprès des deux organismes étudiés, nous permettent d'affirmer que ces derniers, ont contribué de manière significative à la dynamique entrepreneuriale au niveau de la Wilaya de Tizi-Ouzou.

Cependant, l'ANADE à financé durant la période 1998-2021, un total de 19890 projets avec la création de 41098 postes d'emplois, la CNAC quant à elle, elle a contribué sur la période 2004-2021, à la création de 9861 entreprises et à la création de 20196 postes d'emplois.

CONCLUSION GENERALE

Afin d'apporter une réponse à notre problématique du départ, nous avons mené une étude empirique auprès d'un échantillon d'entreprises créées dans le cadre des dispositifs ANADE et CNAC, où nous avons opté pour une approche quantitative de nature exploratoire, en s'appuyant sur un questionnaire administré via internet et en face à face.

Après le traitement de données statistiques obtenues, nous pouvons affirmer ce qui suit :

On constate que les perceptions de l'importance des avantages recherchés par les entrepreneurs ne sont pas contrastées par dispositif. En effet, dans le cas de l'ANDE, les créateurs d'entreprise préfèrent rechercher des financements et développer des relations avec des organismes partenaires tels que la CNAS, les bureaux des impôts, les banques, le CNRC. En ce qui concerne la CNAC, les résultats montrent qu'outre le fait que l'accès au financement est encore important, la défiscalisation est considérée comme un avantage important, en revanche, l'accès à la formation n'est pas important.

Les avantages présentés par les deux dispositifs stimulent la création d'entreprise. Des financements ont été recherchés pour les deux dispositifs en raison des caractéristiques socio-économiques des populations qui en avaient besoin, où la plupart des créateurs d'entreprise étaient en situation de chômage ou de reconversion professionnelle. Quant à l'accès à la formation et au conseil, les créateurs dans le cadre du CNAC ne le considèrent pas comme important, ces animateurs ayant accumulé une longue expérience professionnelle dans leur domaine entrepreneurial.

A la lumière des résultats obtenus, dans notre travail de recherche, nous préconisons de s'intéresser à quelque piste de recherche qui nous semble intéressante et pertinente, notamment en ce qui concerne la contribution des exonérations fiscales sur la création d'emploi, et aussi une étude comparative entre les facteurs de stimulation proposer par l'ANGEM et l'ANDI en terme de micro crédit.

Bibliographie

BIBLIOGRAPHIE

❖ Ouvrages

- ALBERT.P, BERNASCOUI.M et GAYNOR.L, «Incubateur et pépinière un panorama international » Ed l'Harmattan, Paris, 2003.
- BOUTILLIER.S et UZUNIDIZ.D, « L'entrepreneur une analyse socio-économique » Ed Economica, Paris, 1995.
- BOUYAKOUB.F, « L'entreprise et le financement bancaire » Ed Casbah, Alger, 2000.
CAPRON.H, « L'entrepreneuriat et création d'entreprise, facteurs déterminant de l'esprit d'entreprise » Ed de Boeck, Paris, 2009.
- DRUCKER.P, « Les entrepreneurs » Ed Hachette, Paris, 1985.
- FAYOLLE. A, « Entrepreneuriat, apprendre à entreprendre » Ed Dunod, Paris, 2004.
- FAYOLLE.A, « Introduction à l'entrepreneuriat » Ed Dunod, Paris, 2005.
- FAYOLLE.A et FILION.L-J, « Devenir entrepreneur, des enjeux aux outils »Ed Pearson, Éducation France, Paris, 2006.
- HERNANDEZ.E-M, « L'entrepreneuriat, approche théorique » Ed l'Harmattan, Paris, 2001.
- JASSEN.F, « Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat » Ed de Boeck, Paris, 2009.
- JULIEN.P et MARCHESNAY.M, «L'entrepreneuriat » Ed Economica, Paris, 1996.
- KIZABA.G, «Entrepreneuriat & accompagnement : outils, actions et paradigmes nouveaux » Ed l'Harmattan, Paris, 2008.
- LEGER.J-C et KALOUSIS.G, «La boîte à outils de la création d'entreprise » Ed Dunod, Paris, 2013.
- MADOUJ.M, «Entreprises et entrepreneurs en Algérie et dans l'immigration : Essai de

BIBLIOGRAPHIE

sociologie économique » Ed Karthala, Alger, 2012.

- MESSEGHEM.K et SYLVIE.S, «L'entrepreneuriat » Ed EMS (Edition Management Société), Paris, 2011.
- PATUREL.R, «Dynamiques entrepreneuriales & développement économique », Ed l'Harmattan, Paris, 2007.

❖ Articles et revues

- HADRICH.A, « Les facteurs clés de succès de l'émergence entrepreneuriale » Article AIMS, Clermont Fernand, 10-12 juin 2013.
- LEGHIMA.A et MOFFOK.N, « Les PME/PMI en Algérie réalité et enjeux »
- CACHON.J-C, « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? QUOI ? ».
- ALBERT.P, FAYOLLE.A et MARION.S, « L'évolution des systèmes d'appui à la création d'entreprises » RFG n° 101, Paris, Novembre-décembre 1994.
- TOUNES.A, «L'entrepreneur : l'odyssée d'un concept » publication du CREGO de l'TAE de Rouen, 2000.
- VESTREATE.T, «Entrepreneuriat, modélisation de phénomène», revue de l'entrepreneuriat, vol 1, n° 1, 2001.
- Article 6, disposition relatives à L'ANSEJ, recueil des textes législatifs et réglementaires ; disposition de soutien à l'emploi des jeunes, 2004.
- Décret exécutif n°04-14 du 22 janvier 2004, portant création et fixant le statut de l'agence national de gestion du microcrédit.

BIBLIOGRAPHIE

❖ Thèses et mémoires

- IGUER.D, OUKARA. K « Le financement de l'emploi à travers les dispositifs d'aide à la création des entreprises (ANSEJ, CNAC, ANGEM, ANDI) : Cas de la wilaya de Tizi-Ouzou », mémoire de master en sciences économiques, FSEGC, UMMTO, 2017.
- ARROUDJ.L, AMOUR.R « Le rôle de l'accompagnement dans l'appui à la création d'entreprises : Cas de l'ANSEJ (antenne de Tizi-Ouzou) », mémoire de master en science commerciales, finance, FSEGC, UMMTO, 2017.

❖ Sites internet

- www.anade.dz
- www.angem.dz
- www.cnac.dz
- www.andi.dz
- www.entrepreneuriat.com

Liste des abréviations

ANADE	Agence National d'Appui et de Développement de l'Entrepreneuriat
ANGEM	Agence National de Gestion de Micro Crédit
CNAC	Caisse National d'Assurance Chômage
ANDI	Agence National de Développement de l'Investissement
PNR	Prêt Non Rémunéré
FGMMC	Fonds de Garantie Mutuelle des Micro Crédit
ANEM	Agence National de l'Emploi
MDA	Million de Dinar Algérie
IBS	Impôt sur le Bénéfice des Sociétés
IRG	Impôt sur Revenu Global
TAP	Taxe sur l'Activité Professionnelle
TVA	Taxe sur la Valeur Ajoutée
NTIC	Nouvelles Technologies de l'information et de la Communication
NBIA	National Business Incubation Association

Liste des tableaux

Tableau 1: Typologies des Entrepreneurs	16
Tableau 2:Caractéristiques des entrepreneurs selon différents auteurs.....	18
Tableau 3: Outils de financement	24
Tableau 4: Financement Triangulaire (ANADE)	45
Tableau 5: Financement mixte (ANADE).....	45
Tableau 7: Tableau récapitulatif des deux programmes de financement de l'ANGEM	55
Tableau 8: Répartition des crédits ANGEM accordés et de l'emplois créé par genre (situation arrêtée au 31/12/2016).....	57
Tableau 9: Evolution du nombre d'emplois créés dans le cadre de l'ANGEM 2005-2017	59
Tableau 10: Financement triangulaire CNAC	62
Tableau 11: Evolution des projets financés et d'emplois générés 2011/2016	70
Tableau 12: Evolution des dispositifs ANADE, ANGEM, CNAC et ANDI dans leurs cadre de création d'entreprise et d'emploi	71
Tableau 13: Provenance des entrepreneurs en Algérie	78
Tableau 14: Répartition des projets financés par année et par secteur d'activité dans le cadre du dispositif CNAC (Situation arrêtés au 31/12/2021).....	80
Tableau 15 : Répartition des projets financés par année et par genre dans le cadre du dispositif CNAC (Situation arrêté au 31/12/2021)	81
Tableau 16: Répartition du nombre d'emplois créés par secteur d'activité et par année dans le cadre du dispositif CNAC (Situation arrêtée au 31/12/2021).....	82
Tableau 17 : Répartition du nombre d'emplois créés par genre et par année dans le cadre du dispositif CNAC (Situation arrêtée au 31/12/2021).....	83
Tableau 18 Répartition du nombre de projets financés et d'emplois créent par secteur d'activité dans le cadre de l'ANADE (Situation arrêtée au 31/12/2021).....	85
Tableau 19: Répartition des projets financés par secteur et par genre dans le cadre du dispositif ANADE (situation arrêtée au 31/12/2021).....	87
Tableau 20 : Répartition du nombre d'emplois créés par secteur d'activité et par genre dans le cadre du dispositif ANADE (situation arrêtés au 31/12/2021).....	88
Tableau 21: Evolution du nombre d'entreprise créée et d'emplois générés dans le cadre du dispositif ANADE 1998-2021	90

Liste des figures et schémas

Figure n°1 : Répartition des projets financés par secteur d'activité situation arrêtée au 31/12/2016

Figure n°2 : Répartition des projets financés par genre situation arrêtée au 31/12/2016

Figure n°3 : Evolution des nombres de PME créé et d'emplois générés depuis sa création

Situation arrêtée au 31/12/2016

Figure n°54: Répartition des crédits octroyés par type de financement situation arrêtée au Février 2017

Figure n°5 : Répartition des crédits octroyés par secteur d'activité dans le cadre du dispositif ANGEM situation arrêtée au Février 2017

Figure n°6 : Evolution du nombre d'emploi créé par l'ANGEM situation arrêtée au 2017

Figure n°7 : Répartition des projets financés par secteur d'activité situation arrêtée au 31/12/2016

Figure n°8 : Répartition des projets financés par genre dans le cadre de la CNAC situation arrêtée au 31/12/2016

Figure n°9 : Evolution des projets financés et impact emploi par le dispositif CNAC 2004/2016

Figure n°10 : Répartition du nombre d'entreprises créées par secteur d'activité 2002/2016

Figure n°11 : Répartition comparative de nombre d'entreprises créées et d'emplois générés par les dispositifs concernés depuis leur création situation arrêtée au 31/12/2016

Figure n°12 : Répartition du nombre de projets financés par secteur d'activité dans le cadre du dispositif CNAC (Situation arrêtée au 31/12/2021)

Figure n°13 : Répartition du nombre d'emplois créés par secteur d'activité et par années dans le cadre du dispositif CNAC (Situation arrêtée au 31/12/2021)

Figure n°14 : Evolution de nombre de projets financés et d'emplois créés dans le cadre du dispositif CNAC (Situation arrêtés au 31/12/2021)

Figure n°15 : Répartition des projets financés par secteur d'activité dans le cadre du dispositif ANADE (Situation arrêtée au 31/12/2021)

Figure n°16 : Répartition des projets financés par secteur d'activité dans le cadre du dispositif ANADE (Situation arrêtée au 31/12/2021)

Figure n°17 : Répartition des projets financés par secteur et par genre dans le cadre du dispositif ANADE (Situation arrêtée au 31/12/2021)

Figure n°18 : Répartition du nombre d'emplois créés par secteur et par genre dans le cadre du dispositif ANADE (Situation arrêtée au 31/12/2021)

Figure n°19 : Evolution du nombre d'entreprises créées et d'emplois générés dans le cadre du dispositif ANADE 1998-2021

Figure n°20 : Répartition des répondants par genre

Figure n°21 : Répartition des répondants par niveau d'étude

Figure n°22 : Répartition des répondants par dispositif de création

Figure n°23 : Répartition des répondants par taille des entreprises (Effectif)

Figure n°24 : Répartition des entreprises créées par secteur d'activité

Liste des schémas

Schémas n°1 : Les étapes du processus de création d'entreprise

Schéma n°2 : Le processus d'Incubation des entreprises

Annexes

Annexe n°1 : Répartition des projets financés et d'emploi générés par genre et secteur d'activité dans le cadre du dispositif ANADE ex ANSEJ cumul au 31/12/2016

Secteur d'activité	Projets financés	Homme	Femme	Emploi crée	Montant d'investissement (MDA)
Services	105754	88505	17249	245959	338511,31
Transport marchandise	56530	55821	709	96237	145557,15
Agriculture	53488	51009	2479	126478	193249,46
Artisanat	42621	35322	7299	125520	109526,1
BTPH	32284	31575	709	94457	127727,7
Industrie	24547	21069	3478	71442	111185,15
Transport voyageurs	18985	18504	481	43679	46624,69
Transport frigorifique	13385	12996	389	24132	33760,56
Professions libérales	9456	5257	4199	21330	22214,71
Maintenance	9359	9102	157	21474	23650,77
Pêche	1127	1111	16	5536	7467,97
Hydraulique	544	520	24	2020	3190,80
Total	367980	330791	37189	878264	1156666,45

Source : Tableau réalisé sur la base des données statistiques de l'ANADE ex ANSEJ

Annexe n°2 : Répartition des projets financés et d'emploi créée par secteur d'activité

Secteurs d'activités	Projets financés	Part de la femme	Impact employ	Total financement (MDA)
Agriculture	17513	11,92%	42322	68610,87
Artisanat	11886	22,12%	31222	37029,45
BTP	8080	2,33%	25992	32164,07
Hydraulique	321	4,67%	1108	2261,61
Industrie	10740	21,67%	31317	47963,17
Maintenance	795	2,26%	1910	2249,56
Pêche	404	0,5%	1462	2784,59
Profession Libérale	831	43,68%	1813	2970,57
Services	30111	17,05%	63430	106551,9
Transport Merchandise	45844	1,52%	69662	118366,73
Transportvoyageurs	12191	1,23%	18483	28844,08
Total	138716	9,81%	288721	449796,6

Source : Tableau réalisé sur la base des données statistiques de la CNAC

Annexe n°3 : Evolution des projets financés et impact d'emploi (CNAC) de 2004 à 2016

Année	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Nombre de Projets	13	1901	2236	2574	2429	4221	7465	18490	34801	21412	18823	15449	8902
Impact sur l'emploi	34	5159	6078	6949	5781	9574	15804	35953	59125	41786	42707	37921	21850

Source : Tableau réalisé sur la base des données statistiques de la CNAC

Annexe n°4 : Répartition des crédits octroyés par secteur d'activité cumul jusqu'à Février 2017

Secteur d'activité	Nombre de prêts Octroyés	Part%	Montants accordés
Agriculture	111564	14,15%	6681431162,81
TPI	303880	38,26%	14266397322,82
BTP	67179	8,52%	5118075073,30
Services	164532	20,88%	14772297657,04
Artisanat	137193	17,41%	7140112411,86
Commerce	3031	0,38%	726155444,45
Pêche	783	0,1%	85455795,04
Total	788162	100%	48789924867,33

Source : Tableau réalisé sur la base des données statistiques ANGEM

Annexe n°5 : Résultats de l'enquête

	Genre
Hommes	15
Femmes	7

Désignation	Niveau d'étude
Primaire	1
Secondaire	10
Universitaire	8
Formation professionnelle	3

	Dispositifs de création
CNAC	11
ANADE	11

Désignation	Secteur d'activité
Agriculture	3
Artisanat	8
BTPH	3
Industrie	1
Services	3
Transport marchandise	3
Transport voyageur	1

Désignation	Motivation à la création d'entreprise
Sortir d'une situation de chômage	14
Existence des dispositifs d'aide à la création d'entreprise	8
Renoncer au salariat et devenir indépendant	10
Valoriser un savoir faire acquis d'une expérience professionnelle	9
Perpétuer une tradition familiale dans l'entrepreneuriat	3

	Choix du secteur
Conseils du dispositif sollicité	4
Conseils des amis ou de la famille	9
Du diplôme acquis	7
Expérience dans le domaine	15

	Qualité de l'accompagnement
Assez satisfaisantes	18
Très satisfaisantes	4

	Pas important	Peu important	Neutre	Important	Très important
Exonération fiscale	2	3	2	11	4
Conseils et formation	0	11	2	7	2
Accès au financement	1	2	1	14	4
Développer les relations avec les différents partenaires	0	3	4	15	0

	CNAC
Sortir d'une situation de chômage	11
Existence des dispositifs d'aide à la création d'entreprise	5
Renoncer au salariat et devenir indépendant	4
Valoriser un savoir faire acquis d'une expérience	5

professionnelle	
Perpétuer une tradition familiale dans l'entrepreneuriat	2

	ANADE
Sortir d'une situation de chômage	3
Existence des dispositifs d'aide à la création d'entreprise	3
Renoncer au salariat et devenir indépendant	6
Valoriser un savoir faire acquis d'une expérience professionnelle	4
Perpétuer une tradition familiale dans l'entrepreneuriat	1

	CNAC
Conseils du dispositif sollicité	4
Conseils des amis ou de la famille	5
Diplôme acquis	5
Expérience dans le domaine	8

	ANADE
Conseils du dispositif sollicité	0
Conseils des amis ou de la famille	4
Diplôme acquis	2
Expérience dans le domaine	7

	CNAC
Assez satisfaisante	9
Très satisfaisante	2

	ANADE
Assez satisfaisante	9
Très satisfaisante	2

	Pas important	Peu important	Neutre	Important	Très important
Exonération fiscale	2	1	0	6	2
Conseil et formation	0	8	0	3	0
Accès au financement	0	2	0	6	3
Développement des relations avec les différents partenaires du dispositif	0	2	3	6	0

	Pas important	Peu important	Neutre	Important	Très important
Exonération fiscale	0	2	2	5	2
Conseil et formation	0	3	2	4	2

Accès au financement	1	0	1	8	1
Développer les relations avec les différents partenaires du dispositif	0	1	1	9	0

Table des matières

Introduction générale	6
Chapitre I : Le cadre conceptuel de l'entrepreneuriat	10
Introduction au chapitre	10
Section 1 : Notion d'entrepreneuriat	11
1.1. Historique de l'entrepreneuriat	11
1.2. Définition de l'entrepreneuriat	11
1.2.1. Paradigme de l'opportunité d'affaires	12
1.2.2. Paradigme de la création d'une organisation	12
1.2.3. Paradigme de la création de valeur	12
1.2.4. Paradigme de l'innovation	12
1.3. Développement de l'entrepreneuriat	12
1.4. Formes de l'entrepreneuriat	13
1.5. Importance de l'entrepreneuriat	13
1.5.1. Entrepreneuriat et croissance économique	13
1.5.2. Entrepreneuriat et création d'emplois	13
1.5.3. Entrepreneuriat et renouvellement du parc d'entreprise	14
1.5.4. Entrepreneuriat et innovation	14
Section 2 : Entrepreneur	15
2.1. Origines et définition de l'entrepreneur	15
2.2. Typologies des entrepreneurs	16
2.3. Caractéristiques des entrepreneurs	17
Section 3 : Création d'entreprise	19
3.1. Définition de la création d'entreprise	19
3.2. Typologies d'entreprise	19
3.2.1. Classification des entreprises selon les critères économiques.....	19
3.2.2. Classification des entreprises selon les critères juridiques.....	20

3.2.3. Classification des entreprises selon la propriété du capital.....	20
3.2.3.1. Les entreprises privées	20
3.2.3.2. Les entreprises publiques et sociétés d'économie mixte.....	21
3.3. Etapes de création d'une entreprise	21
3.3.1. Naissance de l'idée	22
3.3.1.1. Période de gestation	22
3.3.1.2. Pré-étude de faisabilité	23
3.3.2. Elaboration du projet.....	23
3.3.2.1. Etude de marché.....	23
A. L'étude exploratoire.....	23
B. L'étude descriptive.....	23
C. L'étude explicative.....	23
3.3.2.2. Etude financière	24
3.3.2.3. Etude technique.....	25
3.3.2.4. Etude juridique.....	25
3.3.3. Lancement des opérations	26
3.3.4. Démarrage de l'activité	26
3.4. Typologie de création d'entreprise	27
Section 4 : Accompagnement entrepreneurial.....	29
4.1. Le rôle de l'accompagnement	29
4.2. Outils de l'accompagnement entrepreneurial.....	29
4.2.1. L'information.....	29
4.2.2. La sensibilisation	30
4.2.3. La stimulation	30
4.2.4. La formation	30
4.2.5. La préparation.....	31
4.2.6. Le conseil	31
4.2.7. Le soutien institutionnel.....	31

4.2.8. Le financement	31
4.2.9. La participation	31
4.3. Les dispositifs d'accompagnement entrepreneurial	32
4.3.1. Objectifs d'accompagnement à la création d'entreprise	32
4.4. Incubateurs d'entreprise	32
4.4.1. Création des incubateurs	32
A. Période de lancement des incubateurs de développement économique local 1980-1997	32
B. Période de croissance et de diversification des modèles d'incubateurs.....	33
4.4.2. Définition d'un incubateur	33
4.4.3. But d'incubateur	34
4.4.4. Processus d'incubation.....	35
A. La phase de pré-incubation.....	35
B. La phase incubation de projets	35
C. La phase de poste incubation.....	36
4.5. Pépinières entrepreneuriales.....	38
4.5.1. Catégories des pépinières	38
A. Les pépinières de projets	38
B. Les pépinières d'entreprises	39
4.5.2. Objectif des pépinières	39
A. Au niveau du créateur et de son projet.....	39
B. Au niveau de la région	39
4.6. La différence entre incubateur et pépinière d'entreprise	40
Conclusion du chapitre.....	41
Chapitre II : Les principaux dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie.....	43
Introduction au chapitre	43
Section 1 : Agence National d'appui et de Développement de l'Entrepreneuriat (ANADE ex ANSEJ).....	44
1.1. Présentation du dispositif ANADE.....	44
1.1.1. Missions du dispositif ANADE	44
1.1.2. Mode de financement du dispositif ANADE	44
1.1.2.1. Le financement triangulaire.....	45

1.1.2.2. Le financement mixte.....	45
1.1.3. Conditions d'éligibilité	46
1.1.4. Aides financières accordés par le dispositif ANADE.....	46
1.1.4.1. Les crédits sans intérêt	46
1.1.4.2. Bonification du taux d'intérêt.....	46
1.1.5. Les avantages fiscaux et parafiscaux	46
1.1.5.1. Avantages en phase réalisation.....	47
1.1.5.2. Avantages en phase exploitation.....	47
1.2. Le rôle de l'ANADE dans la création d'entreprises et la création d'emplois.....	47
1.2.1. Le nombre d'entreprises crée par secteur d'activité et par genre dans le cadre de dispositif ANADE	48
1.2.2. Evolution de nombre de PME et d'emploi généré par le dispositif ANADE	49
Section 2 : Agence National de Gestion du Micro crédit.....	51
2.1. Origines.....	51
2.2. Présentation de dispositif ANGEM	52
2.2.1. Missions de l'ANGEM	53
2.2.2. Les modes de financement proposé par l'ANGEM.....	54
2.2.2.1. Prêt pour achat des matières premières (ANGEM, Promoteur)	54
2.2.2.2. Financement triangulaire (ANGEM, banque, Promoteur)	54
2.2.3. Les aides et les avantages accordés par l'ANGEM	55
2.2.3.1. Accompagnement et financement	55
2.2.3.2. Les avantages fiscaux.....	56
2.2.4. Les Conditions d'éligibilités	56
2.3. Le rôle de l'ANGEM dans la création d'entreprise et la création d'activité	57
2.3.1. Répartition des crédits octroyés dans le cadre du dispositif ANGEM par genre et type de financement	57
2.3.2. Répartition des crédits octroyés dans le cadre du dispositif ANGEM par secteur d'activité	58

2.4. Evolution du nombre d'entreprise créées et d'emploi générés par le dispositif ANGEM	59
Section 3 : Caisse National d'Assurance Chômage	61
3.1 Présentation du dispositif CNAC	61
3.1.1. Missions de la CNAC	61
3.1.2. Mode de financement de la CNAC.....	62
3.1.3. Avantages accordés aux chômeurs promoteurs.....	62
3.1.3.1. Phase de réalisation	62
3.1.3.2. Phase d'exploitation.....	62
3.1.4. Conditions d'éligibilité des chômeurs promoteurs CNAC	63
3.2. Le rôle de la CNAC dans la création d'entreprise et la création d'emplois.....	63
3.2.1. Répartition des entreprises créées dans le cadre de la CNAC par secteur d'activité	63
3.2.2. Répartition des projets financés par genre (CNAC)	64
3.2.3. Evolution de nombre de PME crée et de l'emploi généré par le dispositif CNAC	65
Section 4 : Agence National de Développement de l'Investissement	67
4.1. Présentation du dispositif ANDI	67
4.1.1. Missions du dispositif ANDI.....	67
4.1.2. Le régime général	67
4.1.2.1. Avantages aux titres de réalisation	68
4.1.2.2. Avantages au titre d'exploitation.....	68
4.1.3. Régime dérogatoire	68
4.1.3.1. Avantages aux titres de réalisation (3ans)	69
4.1.3.2. Avantages aux titres d'exploitation (10ans)	69
4.2. Le rôle de l'ANDI dans la création d'entreprise et la création d'activité	69
4.2.1. Répartition des entreprises créées par domaine d'activité dans le cadre de dispositif ANDI	69
4.2.2. Evolution de nombre d'entreprise et d'emploi généré par l'ANDI	70
4.3. Etude comparative des dispositifs (ANSEJ, CNAC, ANGEM, ANDI)	71

Conclusion du chapitre	73
Chapitre III : Etude comparative et pertinence entre les dispositifs ANADE et CNAC (cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou)	75
Introduction au chapitre	75
Section 1 : Entrepreneuriat en Algérie	76
1.1. Evolution et historique de l'entrepreneuriat en Algérie.....	76
1.1.1. L'entrepreneur de l'Algérie indépendante	76
A. Les décennies 1960-1970 : La création d'entreprise ou l'Etat entrepreneur.....	76
B. Les décennies 1980-1990 : Désengagement de l'Etat de l'essor de l'entreprise privée	77
1.1.2. L'entrepreneur de l'Algérie en transition vers l'économie de marché	77
1.2. La provenance des entrepreneurs	78
1.3. La place des femmes entrepreneurs en Algérie.....	79
Section 2 : Analyse des données statistiques des Entreprises créées et d'emplois générés par la CNAC au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou	80
2.1. Analyse des données statistiques des Entreprises créées et d'emplois générés par la CNAC au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou	80
2.2. Analyse des données statistiques des Entreprises créées et d'emplois générés par l'ANADE au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou	85
Section 3 : Cadre méthodologique de l'enquête	92
3.1. Le contexte du déroulement de l'enquête	92
3.1.1. Le type d'étude	92
3.1.2. Le choix de la méthode d'échantillonnage.....	92
a. Les méthodes d'échantillonnage aléatoires	92
b. Les méthodes d'échantillonnage non aléatoires	92
3.1.3. Collecte de données	93
3.1.4. Traitement des données.....	93
3.2. Présentation de l'échantillon	94
Section 4 : Présentation des résultats de l'enquête et discussion	97
4.1. Motivation à la création d'entreprise	97
4.2. Les déterminants du choix du secteur d'activité	98
4.3. La perception des créateurs d'entreprise sur la qualité de l'accompagnement des dispositifs ANADE et CNAC	98

4.4. La perception des créateurs d'entreprise sur l'importance des avantages	99
4.5. Analyse comparative entre les dispositifs de stimulation entrepreneuriale ANADE et CNAC	100
4.5.1. Motivation à la création d'entreprise	100
4.5.2. Les déterminants du choix du secteur	101
4.5.3. La perception des créateurs d'entreprise sur la qualité de l'accompagnement	102
4.5.4. La perception des créateurs d'entreprise sur l'importance des avantages	103
Conclusion du chapitre.....	105
Conclusion générale.....	107
Bibliographie	110
Liste des abréviations	114
Liste des tableaux	116
Liste des figures et schémas.....	118
Annexes	121
Table des matières	128
Résumé	135

Résumé

L'objectif de notre travail de recherche, était de mettre en évidence les facteurs de stimulation entrepreneuriale dans une approche comparative entre deux dispositifs d'aide à la création d'entreprise. Nous avons conclu que le processus entrepreneurial se décompose en plusieurs étapes qu'il est nécessaire de maîtriser afin de parvenir à une création d'entreprise. Ce dernier opte souvent pour la création des dispositifs d'accompagnement et par conséquent de stimulation entrepreneuriale. Dans le cas de l'Algérie, la politique volontariste de stimulation entrepreneuriale s'est traduite par la création d'un ensemble de dispositifs en l'occurrence : ANADE, ANGEM, CNAC et ANDI.

Mots clés : entrepreneuriat, entrepreneur, stimulation entrepreneuriale, dispositifs d'accompagnement, création d'entreprise.

ملخص

كان الهدف من عملنا البحثي هو تسليط الضوء على عوامل تحفيز ريادة الأعمال في نهج مقارنة بين اثنين من مخططات دعم إنشاء الأعمال. لقد توصلنا إلى أن عملية ريادة الأعمال تنقسم إلى عدة مراحل من الضروري إتقانها من أجل تحقيق إنشاء الأعمال التجارية. غالبًا ما يختار الأخير إنشاء أنظمة دعم وبالتالي تحفيز ريادة الأعمال. في حالة الجزائر ، أدت السياسة الاستباقية لتحفيز ريادة الأعمال إلى إنشاء مجموعة من الآليات ، في هذه الحالة: ANADE و ANGEM و ANDI و CNAC

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال ، ريادي ، تحفيز ريادة الأعمال ، أنظمة الدعم ، خلق الأعمال.

Summary

The objective of our research work was to highlight the entrepreneurial stimulation factors in a comparative approach between two business creation support schemes. We have concluded that the entrepreneurial process breaks down into several stages that it is necessary to master in order to achieve a business creation. The latter often opts for the creation of support systems and therefore entrepreneurial stimulation. In the case of Algeria, the proactive policy of entrepreneurial stimulation has resulted in the creation of a set of mechanisms, in this case: ANADE, ANGEM, CNAC, and ANDI.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneur, entrepreneurial stimulation, support systems, business creation.